

## Ghetti di Faenza leader nella lubrificazione

## Un'azienda familiare tutta femminile al servizio delle imprese da oltre 50 anni



di Giada Guida

Giornalista

Una presenza consolidata sul territorio per un'impresa a totale conduzione familiare e al femminile, così si presenta la Ghetti Lubrificanti di Faenza. Da oltre cinquant'anni l'azienda svolge la propria attività nel campo dei lubrificanti e dei servizi ad essi correlati. Tutto nacque dall'idea di **Antonio Ghetti** negli anni '50': dapprima come agente, poi rivenditore, fino al deposito e gli uffici in Via Malpighi a Faenza. Oggi l'azienda è Concessionaria SHELL nelle province di Ravenna e Bologna, ha un deposito di 1.000 mq con mezzi di trasporto propri per le consegne, conta circa 15 addetti con un fatturato di 6 milioni di euro e 1.500 aziende clienti servite nel 2012.

A presentarci l'azienda e la sua storia è **Stefania**, attuale direttore tecnico della Ghetti Lubrificanti. "Mio padre Antonio quand'era ancora in piena attività, ha pensato al futuro dell'impresa chiedendo alle figlie di entrare in azienda. Per prima è arrivata **Silvia**, che segue la parte amministrativa, poi, nel 1995 sono entrata anch'io a far parte dell'azienda. Ho lasciato un buon posto in banca -

spiega Stefania - e ho deciso di lanciarmi in questa attività". **Federica** è la terza delle sorelle Ghetti arrivata in azienda nel 2011 come consulente esterno per occuparsi della parte marketing e web. Ognuna ha portato le proprie competenze, provenienti da studi diversi, che si integrano perfettamente nel gruppo: Stefania è laureata in economia e commercio, Silvia è ragioniera, Federica è ingegnere elettronico. Antonio Ghetti è soddisfatto del modo in cui conducono l'azienda da lui creata: "Le mie figlie sono bravissime e non avrebbero bisogno di me" racconta raggiungendoci per un saluto durante l'intervista. A 83 anni porta in azienda tutto il suo entusiasmo e la passione per il lavoro di una vita. "E' il primo ad arrivare al mattino e rimane in azienda fino alla chiusura - interviene Stefania". Anche la moglie **Iolanda**, che ha sempre affiancato Antonio nell'attività, tutte le mattine passa in azienda per mantenere buone relazioni con i collaboratori.

La Ghetti Lubrificanti si occupa di vendita sia all'ingrosso che al dettaglio,





NATA NEGLI ANNI '50 GHETTI LUBRIFICANTI E' OGGI CONCESSIONARIA SHELL A RAVENNA E BOLOGNA; HA UN DEPOSITO DI 1.000 METRI QUADRATI, CONTA CIRCA 15 ADDETTI, UN FATTURATO DI 6 MILIONI DI EURO E 1500 AZIENDE CLIENTI SERVITE NEL 2012. LA GHETTI LUBRIFICANTI SI OCCUPA DI VENDITA SIA ALL'INGROSSO CHE AL DETTAGLIO CON UNA CLIENTELA CHE VA DAL PICCOLO ARTIGIANO ALL'AZIENDA INDUSTRIALE MEDIO GRANDE E COMPRENDE ANCHE TUTTO IL SETTORE DELL'AUTOTRAZIONE. NON MANCA UNO SGUARDO ALLA RETE: L'E-COMMERCE PER LA VENDITA DI LUBRIFICANTI AUTO E MOTO ALL'UTENTE FINALE E' LA NOVITA' DEL 2013.

con una clientela piuttosto varia che va dal piccolo artigiano all'azienda industriale medio grande e comprende anche tutto il settore dell'autotrazione, quindi officine auto e moto, aziende agricole, e qualsiasi realtà in cui ci sia impiego di lubrificanti. "Abbiamo operato da sempre storicamente in Romagna dove siamo molto conosciuti e abbiamo una clientela già fidelizzata – spiega Stefania. Come distributori ufficiali Shell dal 2009 abbiamo anche tutta l'area della provincia di Bologna: in questi anni abbiamo acquisito clienti importanti anche in quest'area geografica, ma ancora la nostra notorietà è inferiore e continuiamo a investire per raggiungere meglio le imprese bolognesi. Abbiamo sempre puntato a prodotti di qualità, con brand riconoscibili, e abbiamo anche una fascia di prodotti più economici per chi ha esigenze di altro tipo – ci dice Stefania". L'obiettivo dunque è diventare punto di riferimento anche per le imprese bolognesi. Non manca naturalmente uno sguardo alla rete: l'e-commerce per la vendita di lubrificanti auto e moto all'utente finale è la novità del 2013.

Possiamo definire la Ghetti Lubrificanti come un'impresa "rosa" in un settore non tipicamente femminile ma questo non preoccupa Stefania: "Non ho mai avuto difficoltà coi colleghi maschi, se non un po' di stupore all'inizio quando chiedono di parlare con un tecnico e sentono al telefono una voce femminile. Ma era un fenomeno più frequente in passato ed ora si sta esaurendo". Sono dunque l'aspetto tecnico e professionale, la formazione, la competenza, l'affidabilità, la conoscenza dei prodotti e della realtà in cui si opera, a fare la differenza. "Lavoriamo anche nel settore autotrazione – aggiunge Ste-

fania – abbiamo appena tenuto un corso dedicato a meccanici e officine auto. Ci formiamo noi ma ci teniamo anche alla formazione dei clienti che devono sapersi orientare, avere più strumenti per sé e di conseguenza per i propri clienti". La competenza tecnica e l'affidabilità unite alla formazione sono fondamentali per orientare scelte corrette.

I clienti sono considerati dei partner: l'obiettivo è farli risparmiare attraverso processi più efficienti. "Quello che instaura con il cliente è un rapporto di collaborazione e non di semplice vendita – chiarisce Stefania - La vendita è una parte importantissima, la base per un'azienda commerciale, ma l'obiettivo per noi è più allargato, ed è cioè quello di collaborare col cliente per trovare insieme la soluzione migliore in base alle sue specifiche necessità, in modo da potergli dare il prodotto ottimale in termini di qualità/prezzo che gli consenta di avere la gestione più efficiente, accurata ed economica. Questo tipo di approccio ci consente di calcolare il risparmio economico che il cliente può ottenere nella manutenzione degli impianti, adottando un particolare tipo di lubrificazione, rispetto ad un altro, evidenziando cifre considerevoli che a volte stupiscono lo stesso cliente."

I settori serviti da Ghetti Lubrificanti sono, come detto, svariati. Si tratta prevalentemente di aziende del settore meccanico, costruttori, aziende di lavorazione metalli, stampaggio plastica, tutto quello che è la movimentazione idraulica, manutenzione e costruzione gru, impianti di sollevamento, allestimenti per camion, industrie alimentari, aziende agricole e il comparto dell'energia, specie quello legato alla cogenerazione e alle pale eoliche. Ed è proprio





a questi ultimi comparti che si guarda con maggiore attenzione perché sono oggi un settore in espansione. "Ancora più evidenti e importanti sono gli aspetti di una corretta lubrificazione se si tratta di un motore a co-generazione - spiega Stefania - in cui il fermo macchina si traduce direttamente in un mancata produzione di energia e quindi in un mancato ricavo del cliente..". Il valore aggiunto della Ghetti Lubrificanti è quindi costituito dai servizi specializzati che è in grado di offrire al cliente in tutte gli aspetti legati alla lubrificazione: dalle attrezzature ai prodotti complementari, alle analisi tecniche degli oli, alla consulenza a 360 gradi, ma non solo.

Altro punto fondamentale è la capacità di garantire alla propria clientela consegne dirette, tempestive e di gestire le richieste urgenti in tempi veloci: "facciamo tutto in proprio, curiamo noi le consegne anche in emergenza. Qualche giorno fa un cliente mi ha fatto i complimenti - racconta sorridendo Stefania - due ore dopo la sua telefonata l'olio era a destinazione e c'erano già i tecnici sul luogo. Cerchiamo poi

di organizzarci per avere una gestione sistematica delle consegne. Le aziende così possono ridurre o eliminare del tutto le scorte di lubrificante a magazzino perché sanno di poter contare sul nostro deposito sempre ben fornito e su consegne tempestive". Crisi e calo dei consumi non hanno scoraggiato gli investimenti. Si punta su una spinta all'area vendite, web, tecnologia per guardare al futuro con ottimismo. "La nostra risposta alla crisi è stata l'ampliamento dell'area commerciale, il miglioramento della gestione operativa - prosegue Stefania - che ha consentito di aumentare il fatturato e consolidarci anche in questi ultimi anni". Oltre a nuovi agenti su Bologna e allo sviluppo dell'e-commerce è stato ottimizzato anche il processo di vendita con l'adozione di un software CRM, Customer Relationship Management: un sistema di gestione dei clienti e monitoraggio delle vendite, al quale gli agenti si possono collegare via web in ogni momento per vedere la disponibilità della merce, la situazione del cliente, gli ordini e i preventivi aperti e che gli consente in definitiva di dare risposte

sempre corrette e puntuali. Gli investimenti sono fondamentali e l'entusiasmo che si legge negli occhi di Stefania, Silvia e Federica è lo stesso che trasmette il padre Antonio. Forse è questo il segreto per superare i momenti in cui l'economia non gira a favore: "Anche se negli ultimi tempi è davvero faticoso un po' per tutti a causa della crisi, questo lavoro mi dà grandi soddisfazioni - osserva Stefania" e al futuro si cerca di guardare con ottimismo.



Stefania, Silvia e Federica Ghetti

**CANTELLI**  **ROTOWEB**
**INDUSTRIA ROTOLITOGRAFICA**

- \* *Cataloghi*
- \* *Riviste*
- \* *Giornali*
- \* *Volantini*

[www.cantelli.net](http://www.cantelli.net)  
[info@cantelli.net](mailto:info@cantelli.net)



Cantelli Rotoweb è certificata FSC e quindi in grado di attestare  
 l'utilizzo di carta originata da legnami provenienti da foreste certificate FSC


**TIPITALIA**
**TIPILOGRAFIA**

- \* *Stampa digitale*
- \* *Packaging*
- \* *Allestimenti fieristici*

[www.tipitalia.it](http://www.tipitalia.it)  
[info@tipitalia.it](mailto:info@tipitalia.it)

... *Un mondo di carta* ...

**Gruppo Cantelli**