



di Luca Ugaglia

Comunicare fa il business Un mestiere nel mestiere

LINDBERGH SPA A PESCAROLO

L'ad Corradi: «La nostra società conta 220 dipendenti ed è quotata in Borsa. Siamo maturi ma la sfida è crescere»

Genesi nel 2006, quartier generale a Pescara. È diventata maggiorenne l'anno scorso la Lindbergh Spa, società quotata in Borsa con ben 220 dipendenti. «Siamo maturi, ma stiamo ancora crescendo», puntualizza l'amministratore delegato **Michele Corradi** che con il presidente del cda **Marco Pomè** l'ha fondata. In questi diciotto anni di strada l'azienda ne ha fatta tanta, grazie alla professionalità dei dirigenti, alla innegabile preparazione dei collaboratori, alla capacità costante di rinnovarsi ma anche all'abilità di raccontarsi con una comunicazione intelligente destinata a far conoscere le tre grandi aree in cui opera: la logistica, lo smaltimento dei rifiuti e, ultima arrivata, la termoidraulica.

Lindbergh Spa dal 2021 - si legge sul sito aziendale (www.lindberghspa.it) - è una società quotata sul mercato Euronext Growth Milan, listino dedicato a piccole e medie imprese con grande potenziale di crescita che operano in un mercato dinamico e competitivo. Desideriamo condividere con i nostri investitori il presente e il futuro della nostra società, la cui crescita è da sempre alimentata dalla volontà di costruire servizi ad alto valore aggiunto e di portare soluzioni innovative sul mercato nel settore MRO (Maintenance, Repair and Operations), sia come partner di grandi aziende che come player attivo in proprio. Cogliere le opportunità di un mercato in continua evoluzione e promuovere una crescita sostenibile delle realtà acquisite rappresentano due importanti binari di crescita su cui investiamo le nostre forze e risorse; mettiamo in atto, grazie alla forza vendita sul territorio, le nostre strategie commerciali e sfruttiamo la complementarietà delle differenti realtà acquisite per promuovere una vasta gamma di prodotti e servizi con lo scopo di fornire al cliente finale



acquisizioni di aziende che fanno installazione, assistenza e manutenzione su apparati come caldaie, condizionatori, macchine ad alta potenza; l'obiettivo è quello di garantire ai nostri clienti servizi di qualità sull'apparato di logistica investendo in infrastrutture informatiche e avere una nostra rete di assistenza e installazione, cercando di consolidare un settore molto polverizzato per diventare anche un riferimento a livello nazionale.

Corradi e il suo staff sanno bene che la comunicazione è un alleato fondamentale per il business aziendale, capace di creare le premesse per partnership e nuove collaborazioni: «Essendo una società quotata in Borsa, la comunicazione è essenziale, comunicare quello che uno fa nel mercato è diventato insomma un mestiere nel mestiere e me ne occupo io direttamente con gli investitori. Per promuov-

«In un mercato tanto dinamico e competitivo desideriamo condividere con i nostri investitori il presente e il futuro della società»



L'ad Michele Corradi e sotto il presidente Marco Pomè



«Sapersi raccontare con intelligenza è a tutti gli effetti una abilità: l'obiettivo è logicamente quello di far conoscere agli operatori del settore le tre grandi aree in cui operiamo: la logistica lo smaltimento dei rifiuti e la termoidraulica»



un servizio chiavi in mano'.

«Garantiamo storicamente dei servizi di logistica molto particolare, di nicchia - spiega Corradi - al servizio delle reti di assistenza e manutenzione: il nostro servizio principale è quello di consegnare dei ricambi di notte all'interno dei furgoni dei tecnici di grandi aziende in svariati settori, a cominciare da quello dei carrelli elevatori: lavoriamo insomma per ottimizzare la loro produttività e poi ci occupiamo dello smaltimento di rifiuti speciali». Prosegue Corradi: «In questo settore operiamo come intermediari e ci occupiamo della gestione logistica e documentale dei rifiuti speciali al servizio di clienti molto importanti. Un anno fa, attraverso una società controllata, abbiamo iniziato lo sviluppo nel settore della termoidraulica, sostanzialmente abbiamo cominciato a fare delle

«I nostri obiettivi sono chiari: costruire servizi ad alto valore aggiunto e portare soluzioni innovative sul mercato»

vere la nostra attività usiamo prioritariamente i canali istituzionali della finanza, grazie ai quali siamo riusciti ad avere visibilità e quindi a farci conoscere. Mi riferisco alla stampa di settore attraverso la quale ci relazioniamo con i compratori delle nostre azioni; ci teniamo molto e quando è necessario partecipiamo a incontri dedicati a temi specifici confrontandoci con gli stessi investitori, oppure via call sui canali di settore. Questo è molto importante perché essendo quotati in Borsa dobbiamo farci conoscere, siamo consapevoli che è una cosa che va fatta e va fatta in un certo modo, della quale non possiamo certo fare a meno». Continua Corradi: «Avendo appena cominciato il settore della termoidraulica facciamo attività più legate ai social e campagne di questo genere ma legate a questa particolare tipologia di sviluppo».

Le difficoltà non mancano ma l'orizzonte appare roseo. «Fortunatamente avendo relazioni pluriennali con i nostri clienti facendo servizi molto di nicchia e operando oggi esclusivamente in Italia, non incontriamo grossi problemi, la sfida principale è quella di cercare nuovi clienti che acquistino i nostri servizi, che sono particolari che vanno conosciuti, studiati e capiti».