

Forlì

Economia

# Vent'anni di Ferro per Integra Solutions

L'azienda di comunicazione e strategie digitali rilancia nonostante la crisi Covid. Il 'ceo' e fondatore: «Fu peggio quella del 2008»

di **Giuseppe Catapano**

**I (primi) vent'anni di Integra Solutions.** L'azienda forlivese, specializzata in comunicazione e strategie digitali di marketing, vive una fase di sviluppo. «Nell'ultimo triennio – spiega il ceo e fondatore Francesco Ferro (nella foto) – siamo cresciuti del 20% ogni anno, con un trend confermato in un 2020 complesso. Vuol dire che stiamo andando nella giusta direzione».

**L'azienda è lì dove avrebbe immaginato vent'anni fa?**

«Io e mio fratello siamo partiti con il sogno di supportare le Pmi che nei primi anni Duemila si concentravano poco sul marketing e sulla comunicazione. Eravamo in piena bolla internet, in uno scenario sfidante. Poi sono arrivate quattro crisi in vent'anni e siamo riusciti a resistere senza scossoni. Oggi contiamo su venti collaboratori e su una presenza locale e nazionale. Sono soddisfatto per i risultati ottenuti, oltre le aspettative

che avevo quando tutto è cominciato».

**A proposito di risultati, quale le dà più soddisfazione?**

«Abbiamo vinto oltre trenta premi nazionali, il turnover di collaboratori è estremamente basso, il livello di fidelizzazione dei clienti è in media di otto anni. Tutto questo ci consente di guardare al futuro con fiducia».

**Orgoglioso quindi della sua 'creatura'?**

«Il vero orgoglio è quello per aver costruito un'azienda con principi sani e giovani talentuosi. Dare vita a una realtà a cui le persone desiderassero appartenere era il mio grande obiettivo vent'anni fa».

**Le crisi: più pesante quella post-2008 o la attuale legata alla pandemia?**

«Per quanto ci riguarda quella del 2008, una crisi di fiducia. Oggi il sentimento dominante è la paura, ma il contesto attuale impone cambiamenti e Integra Solutions può essere protagonista».

**L'emergenza sanitaria ha alla fine rallentato la trasformazione**



**ne digitale?**

«No, l'ha accelerata. Il digitale è ormai la spina dorsale di ogni organizzazione. La pandemia ha velocizzato un processo che era già in atto, le aziende devono ripensare i modelli di approccio al business. Noi possiamo avere un ruolo importante».

**È lungo questa strada che Inte-**

**gra Solutions si muoverà in futuro?**

«Senza dubbio. Occorre bilanciare la trasformazione digitale con il governo della cosiddetta corporate reputation: la reputazione di un brand sta assumendo una rilevanza sempre maggiore».

**L'azienda è nata a Forlì e la città è cambiata molto in vent'anni. Che fase vive ora, secondo lei?**

«La premessa è che ovunque è in corso una trasformazione epocale. Forlì ha dimensione e densità abitativa in linea con quelle delle città del domani. È in corso una riflessione su un nuovo bilanciamento tra lavoro e vita privata, da questo punto di vista il nostro territorio ha molto da offrire. E gli ultimi sviluppi, a partire dalla riapertura dell'aeroporto, lo riportano in una posizione baricentrica».

**La seconda vita del Ridolfi è un'opportunità soprattutto dal punto di vista turistico?**

«Spero lo sia in particolare per l'incoming – gli arrivi – in chiave turistica, ma anche in ottica bu-

siness».

**Da esperto di marketing ritiene che Forlì debba promuoversi meglio?**

«Dobbiamo liberarci dal nostro provincialismo mettendo in luce le eccellenze, come i distretti dell'aeronautica, della nautica e del mobile imbottito, e fare perno sulla cultura che è un nostro tratto distintivo. Il piano strategico di un'azienda si realizza proprio valorizzando poche cose per cui si è riconoscibili. Lo stesso vale per la città, serve la forza di proporre un piano a medio-lungo termine».

**Dove vede Integra Solutions tra qualche anno?**

«Immagino un'azienda cresciuta in termini dimensionali, capace di leggere le trasformazioni e adattarsi ai cambiamenti».

**IL 'COMPLEANNO'**

**«Sono soddisfatto per i risultati ottenuti ma guardiamo avanti, Forlì ha prospettive»**