

# ARREDO SERVICE

## LA RESILIENZA È LA PRIMA COSA

SVILUPPARE L'IMPRESA E CAMBIARE,  
ASSECONDANDO IL MERCATO  
E LE SUE RICHIESTE.  
SENZA MAI PERDERSI D'ANIMO.

FRANCESCO SEPIELLO  
Fondatore



**E**ssere resilienti. È questo il principio guida che ispira Francesco Sepiello, fondatore di Arredo Service srl, azienda foggiana nata 25 anni fa e che oggi impiega 20 persone, più una serie di collaboratori esterni.

*Glielo si legge negli occhi e nel cuore: mai fermarsi di fronte alle difficoltà e, anzi, tenere sempre lo sguardo attento a cogliere i suggerimenti che la realtà, a volte dura e testarda, ci propone.*

*“Quando nel 2008 la mia azienda ha cominciato a sentire i colpi della crisi – dice Francesco – non mi sono perso d’animo, pur nella grande fatica. Ho ristrutturato l’azienda, sia riducendo i costi, sia cercando di interpretare al meglio il mercato con quello che di nuovo chiedeva. Ci doveva essere un punto positivo da cui partire e in effetti dopo tanti sacrifici qualcosa di buono è venuto fuori. Se oggi siamo un’azienda riconosciuta per la sua qualità e la sua puntualità nel settore in cui operiamo, è il risultato di quanto accaduto in quegli anni”.*

### QUANTO È DURATA LA CRISI PER TE?

“È durata oltre 5 anni, dal 2008 al 2013. Sono stati anni difficili, per certi versi terribili. Sembrava all’improvviso che tutto quello che avevo costruito con i miei collaboratori potesse andare in fumo in poco tempo.

Oggi però da un certo punto di vista sono contento di aver vissuto quei momenti: non potrei io essere quello

che sono oggi e non potrebbe la mia azienda essere quello che è”.

### DI COSA SI OCCUPA ARREDO SERVICE?

“Il nostro è un mestiere apparentemente semplice ma in realtà delicato. Ci occupiamo di allestire punti vendita, anche se in realtà questa descrizione è un po’ riduttiva, sia perché nel tempo abbiamo ampliato la gamma dei nostri servizi, sia perché

allestire un punto vendita da l’idea di una cosa tutto sommato banale e ripetitiva e invece così non è. Le persone che lavorano con noi hanno bisogno di essere duttili e saper eseguire alla perfezione ciò che il cliente chiede. Non tutti i punti vendita sono uguali e quindi si lavora molto sulla personalizzazione.

Negli ultimi anni, poi, come dicevo, complice la crisi, abbiamo introdotto nuovi servizi a vantaggio del cliente. Primo fra tutti, la manutenzione dei banchi cassa della grande distribuzione. Ognuno di noi al supermercato appoggia la propria spesa sui nastri rotanti delle casse ma non abbiamo idea di cosa c’è dietro quel sistema in termini di necessità di manutenzione. Una manutenzione che non è più solo meccanica ma anche elettronica. E quindi occorrono nuove capacità, nuove professionalità”.

### CHI SONO I VOSTRI CLIENTI? E CHE TIPO DI MERCATO AVETE: LOCALE, NAZIONALE, ESTERO?

“I nostri clienti sono la piccola e grande distribuzione, insegne che hanno più negozi e che per ogni apertura o anche (ahimè) per ogni chiusura, ci chiamano per realizzare l’allestimento o per smontarlo. Lavoriamo quindi con marchi come Lidl, Eurospin, Fiorella Rubino, Euronics, Obi, Expert, Glenfield e tanti altri. Ci occupiamo ordinariamente di tutto il mercato nazionale, da nord a sud, ma se dovessero chiamarci anche dall’estero, non sarebbe affatto un problema”.

### PERCHÉ LA TUA AZIENDA SI È SVILUPPATA? QUALI SONO STATI I FATTORI DI SUCCESSO DELLA VOSTRA STRATEGIA?

“Innanzitutto occorre dire che nel 1993, quando siamo nati, non facevamo affatto quello che facciamo ora. Ci occupavamo di refrigerazione industriale e commerciale e perciò gli allestimenti non erano tra i nostri servizi. Tutto poi è nato casualmente dalla richiesta di un cliente e da lì abbiamo capito che effettivamente si poteva lavorare molto su questo fronte. Perciò, da un certo punto di vista, la casualità tante volte è importante. Alla casualità poi va abbinata però la professionalità.

La nostra azienda si è sviluppata molto con il classico passa-parola da cliente a cliente. Chi ha lavorato con noi si è trovato bene e perciò ci ha consigliato ad altri. Ma il terzo fattore di successo e, forse, quello più importante, è l’apertura mentale, la capacità di andare oltre i propri schemi, quello che già sappiamo fare, per cercare di rispondere a quanto di nuovo il cliente ci chiede. Non è sempre facile, soprattutto perché occorre essere realisti e non fare il passo troppo più lungo della propria gamba. Ma una buona dose di “incoscienza” ci vuole, altrimenti ripetiamo sempre quello che già sappiamo e non creiamo nulla di nuovo”.

### QUALI SONO I “VALORI” DELLA TUA AZIENDA?

“I punti distintivi sui quali abbiamo sempre investito sono essenzialmente tre:

1) la puntualità: nel nostro settore è un elemento indispensabile. Se un cliente ha programmato un’apertura per un certo giorno, non si può non

essere puntuali. Significherebbe creargli un grosso problema.

2) L’onestà intellettuale: quando non si è in grado di eseguire un lavoro o magari ci occorre più tempo per farlo, è meglio dirlo subito, senza creare false aspettative. Essere onesti paga sempre; il cliente lo apprezza tantissimo. Anche quando magari occorre spingersi più in là di quello che si è sempre fatto, bisogna essere comunque realisti.

3) L’affidabilità: questo è il valore a cui tengo di più e sul quale la mia azienda si gioca tutto. Essere affidabili significa saper ripagare il cliente per la fiducia che ci accorda. Un tema fondamentale, penso, per tutte le imprese”.

### UN ULTIMO ASPETTO CHE VOGLIAMO AFFRONTARE È IL FUTURO. IL SETTORE NEL QUALE LAVORATE, IL COMMERCIO, È IN PIENA EVOLUZIONE. COME VEDI PERCIÒ IL FUTURO DELLA TUA AZIENDA E QUALI SONO I TEMI SUI QUALI STATE LAVORANDO?

“Sicuramente il commercio, come penso tutti i settori, è in piena evoluzione. I negozi che oggi conosciamo probabilmente cambieranno aspetto. Saranno sempre più luoghi pieni di elettronica. Io non credo sinceramente che il negozio fisico non ci sarà più, credo invece che appunto sarà diverso, più tecnologico. E noi, con questa tecnologia dobbiamo farci i conti e migliorare perciò le competenze e la professionalità dei nostri operatori.

Un grande cambiamento però c’è già stato e sta impattando molto sulla vita della nostra azienda. Da qualche tempo infatti, il passaparola con il quale troviamo nuovi clienti non è più l’unico metodo che usiamo. Anzi, diciamo che lo usiamo sempre meno. Abbiamo investito molto sul marketing digitale, attraverso internet. Abbiamo realizzato un bel sito che aggiorniamo continuamente, abbiamo lavorato molto sul posizionamento in rete sui vari motori di ricerca e tutto questo sta dando i frutti sperati. Ma siamo ancora all’inizio e di strada da compiere ce n’è ancora tanta”.

Realizzazioni  
Arredo Service



### CONTATTI

ARREDO SERVICE SAS  
DI FRANCESCO SEPIELLO  
VIA ZARA, 26  
71121 FOGGIA  
TEL. 0881 720862  
E-MAIL: INFO@ARREDOSERVICEITALIA.IT

[WWW.ARREDOSERVICEITALIA.IT](http://WWW.ARREDOSERVICEITALIA.IT)