

# iFerr magazine

com'è fatto?

9 passaggi chiave!

.com

N.11 / ANNO 2014

Publicazione mensile

CRONACA - DOSSIER - FOCUS - LOGISTICA - PROFESSIONI - MERCATO - IMPRESE - LAVORO

**EXRINO**  
UNITED WORLD



ATTUALITÀ | ECONOMIA | BUSINESS

EXCELLENCE



A NEW FRONTIER

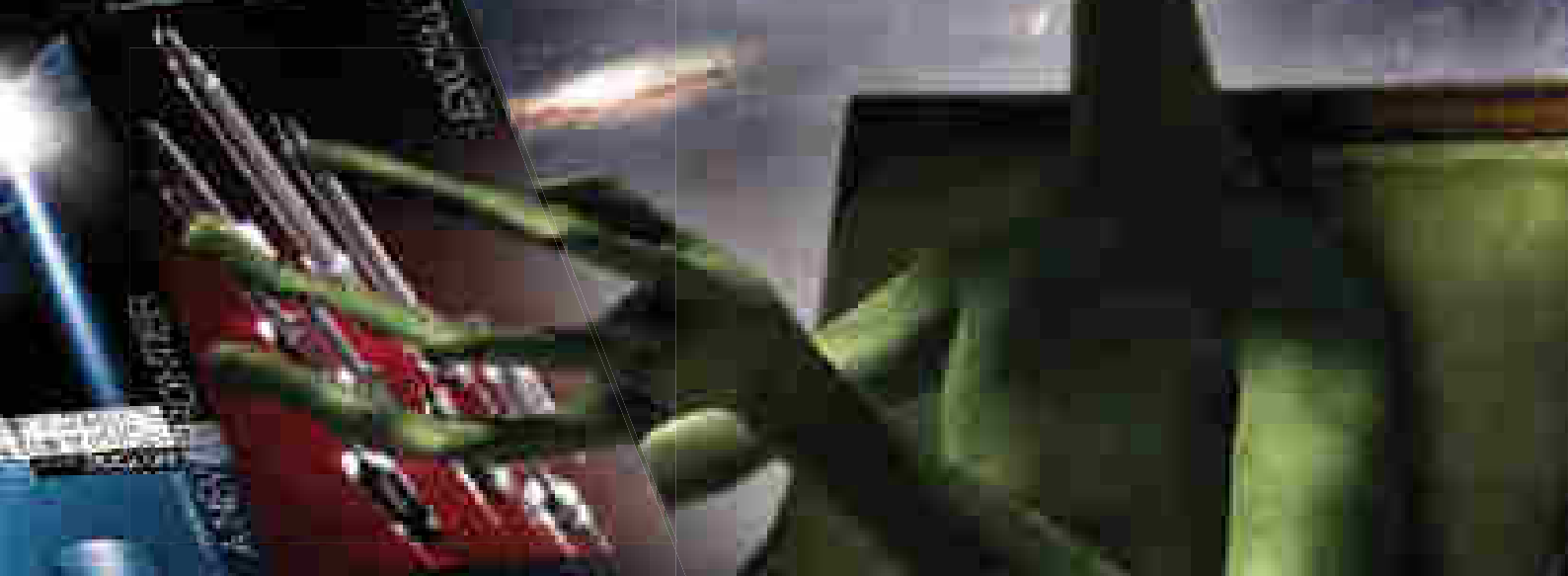
www.italy.it

# Distribuita

11.000 copie  
in tutta Italia  
Grazie anche  
ai migliori  
**Grossisti**



# Ovunque



**PRIMA, sicurezza  
in quota  
...ad ogni occasione**

*Con la famosa barra  
stabilizzatrice  
telescopica regolabile  
sempre sollevata  
da terra.*

**Super Scala  
"PRIMA"**  
...per ogni occasione



*Linea Verde*  
**OK**  
*Numero*  
*Professional*



**...Qualcosa che vale nel tempo**



# FUTURA È TRA NOI

QUATTRO FUNZIONALITÀ E LA COMODITÀ  
DI UNA DUPLICATRICE PORTATILE



## **Trasportabile**

Compatta e pensata per essere facilmente trasportata

## **Automatica**

Procedure di taglio guidate, utilizzo intuitivo, indicatori led stato lavoro macchina

## **Innovativa**

Integrata al tablet touch screen, possibilità di assistenza da remoto

## **Multifunzione**

Un'unica duplicatrice, due stazioni di taglio, molti e diversi tipi di chiave duplicati

# C'è® Posta!



L'offerta di prodotti Technomax si arricchisce ulteriormente di una ampia gamma di cassette postali in grado di rispondere a tutte le diverse esigenze del consumatore, che si distingue per il rapporto Qualità/Prezzo decisamente vantaggioso



Orchidea



Genziana



Giglio



Alloro 4

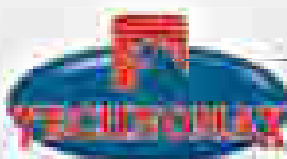
Gamma completa di cassette postali singole, cassette postali componibili e cassette postali in diversi formati e colorazioni

Versioni in:

- **Acciaio zincato anticorrosione con verniciatura a polvere termoidurente**
- **Alluminio anodizzato**
- **Acciaio inox**



L'intera gamma è in confezione litografata



# NATURAL EVOLUTION

Background of slice of blue agate crystal

DA SEMPRE LA NOSTRA TECNOLOGIA  
SI EVOLVE ISPIRANDOSI  
ALLA PERFEZIONE DELLA NATURA.

**Ambrovit** è uno dei maggiori distributori europei di viti per pannelli truciolari, autofilettanti, autoforanti e bulloni. Con il nuovo magazzino automatico è in grado di stoccare circa 22.000 pallets pronti per la spedizione, offrire un "Special service" ed assicurare consegne rapide.

- ▶ TIRAFONDI
- ▶ VITI PER PANNELLI TRUCIOLARI
- ▶ VITI PER CARTONGESSO
- ▶ TBL COMBinate
- ▶ E VITI EURO
- ▶ VITI METRICHE
- ▶ DADI, RONDELLE, BULLONI
- ▶ BARRE FILETTATE
- ▶ VITI AUTOFILETTANTI
- ▶ VITI AUTOPERFORANTI
- ▶ VITI PER SERRAMENTI IN PVC
- ▶ VITI INOX A2



**AMBROVIT** S.P.A.

Via Giulio Natta, 29 - 27026 Garlasco (PV) Italy

Tel. +39.0382.810280 - Fax +39.0382.810700

email info@ambrovit.it - ambrovit.it



**AMBROVIT**  
BOLTS+SCREWS



Conchi

nel tuo

www. *iferr*

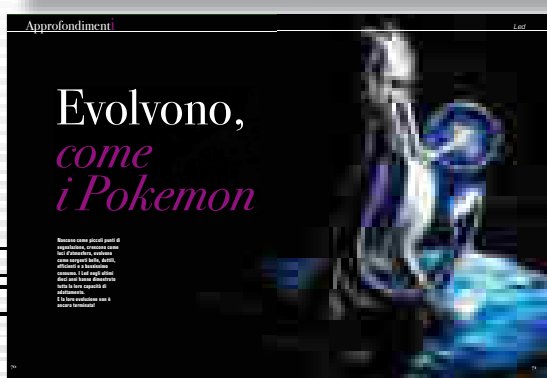


# Navigherai

A black submarine is shown flying through space, positioned above the Earth's atmosphere. The Earth's surface, with blue oceans and white clouds, is visible below the submarine. The background is a dark blue gradient representing space.

*futuro?*  
online.com

# iFerr magazine .com



9	<b>iNews</b>
20	<b>com'è fatto?</b> <b>Nove passaggi chiave!</b> Ovvero: come nasce una chiave di qualità. Le chiavi, stanno in tasca, aprono porte, cassette delle lettere, cancelli, mettono in moto auto, camion e scooter. Sembrano così semplici, sono così importanti. Vediamo come nasce una chiave di qualità.
28	<b>iGiovani</b> <b>FDL</b> <b>Pasquale Lamura: Osare e ascoltare</b> Classe 1982, maturità classica, entra nell'azienda di famiglia nell'ormai lontano 2000; tanta gavetta, per imparare sul campo a conoscere l'attività fondata e condotta dal padre, Pasquale oggi è il responsabile commerciale di FDL.
30	<b>Canese Dante</b> <b>Sabrina Canese: La Regina della brugola</b> Sabrina Canese è decisamente una donna spiritosa autoironica e poco dogmatica. Così, vi possiamo raccontare senza remore, che nasce nel febbraio del 1973, prende un diploma di maturità classica e nel 2001 entra nell'azienda di famiglia
32	<b>iTestimonial</b> <b>Cinzia Chiminelli</b> <b>Veloce, come il mercato</b> Cinzia Chiminelli in Ceni Gomma si occupa di acquisti, selezione prodotti e fornitori e contrattazioni commerciali. Una manager, una donna di potere, che in un mondo prettamente maschile come quello della ferramenta, sembra proprio trovarsi bene.
34	<b>iCommerciali</b> <b>Franco Milone</b> <b>Dal bancone alla strada...in sicurezza!</b> Classe 1957, Franco Milone oggi è titolare di un'agenzia di rappresentanza. E lavora in esclusiva per Malfatti & Tacchini, storica azienda lombarda specializzata nel settore della sicurezza.
36	<b>iN evidenza</b> <b>Mercati</b> <b>Gli errori della liberalizzazione</b> È stata pubblicata a novembre la sesta edizione del rapporto di Confcommercio, in occasione del Forum dei Giovani Imprenditori di Imprese per l'Italia. Un'analisi che non indulge all'ottimismo.

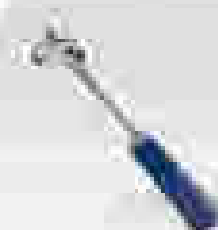
40	<b>iPartner</b>	76	<b>iTech</b>
	<i>Inempra</i> <b>Search Engine Optimization</b> SEO è l'insieme delle attività e dei processi finalizzati ad aumentare e migliorare la cosiddetta 'visibilità' del nostro sito web nei risultati di un qualsiasi motore di ricerca (es.: Google). Vi proponiamo due articoli consecutivi, attraverso i quali esplorare questa attività di marketing.		<b>iPad Air, di nome e di fatto</b> Apple lancia sul mercato un altro gioiello di tecnologia e leggerezza. Processori veloci, grafica definita, peso irrisorio.
44	<i>Studio Mario Silvano</i> <b>Adattabile, come un camaleonte</b> Così bisogna essere, parola di venditore! Perché per affrontare questo mestiere con energia e determinazione, avere successo ed essere soddisfatti, bisogna sapersi adattare, e in fretta.	78	<b>Una vetrina musicale</b> Ottone è un dispositivo che trasforma qualsiasi piano di appoggio in una cassa per la diffusione di musica
48	<i>Building the future</i> <b>Vendite e livello di servizio</b> Ogni ferramenta dettagliante, ingrosso o azienda di produzione, indipendentemente dalle dimensioni, vorrebbe ottenere il miglior equilibrio tra il livello di servizio erogato e la consistenza di magazzino.	80	<b>Messaggi di luce</b> La tecnologia Led applicata alle biciclette più comuni consente effetti stupefacenti, in termini di comunicazione
52	<i>Ersi</i> <b>Innamorati delle serrature</b> Ersi è un'associazione che svolge la propria attività sul territorio italiano, con proprio statuto, regolamento, codice etico e organizzazione interna. Ed è nata da un grande amore: quello per le serrature. Ieri oggi e domani: facciamo il punto della situazione con Rocco Fusillo, che di Ersi è il presidente.	85	<b>iProtagonisti</b> Nuovo Catalogo Fito
56	<i>Gli obblighi della distribuzione</i> <b>Occhio alle multe!</b> Anche in un negozio di ferramenta possono venire prodotti dei rifiuti speciali e pericolosi, il cui smaltimento deve seguire un iter obbligato, regolato da norme, il mancato rispetto delle quali potrebbe provocare, oltre ovviamente all'inquinamento ambientale, il rischio di incorrere in sanzioni pecuniarie e/o penali.	86	<i> Tubesca-Comabi</i> <b>Qualità elevata</b> Tubesca-Comabi è un'azienda di riferimento in Europa per la progettazione e produzione di soluzioni di accesso in altezza in risposta alle diverse esigenze. Innovazione, sicurezza e servizio le sue parole d'ordine
70	<b>Approfondimenti</b> <i>Led</i> <b>Evolgono, come i Pokemon</b> Nascono come piccoli punti di segnalazione, crescono come luci d'atmosfera, evolvono come sorgenti belle, duttili, efficienti e a bassissimo consumo. I Led negli ultimi dieci anni hanno dimostrato tutta la loro capacità di adattamento. E la loro evoluzione non è ancora terminata!	88	<i>Perino-Iur</i> <b>Tutto, sul made in Italy</b> Perino-Iur è un'azienda specializzata nella produzione di utensili da taglio. La qualità made in Italy è il suo punto di forza e forte è l'impegno per affermarla presso i distributori. Una sfida contro la contraffazione, una scommessa sull'affidabilità e durata nel tempo.
		90	<i>Kärcher</i> <b>Saper fare pulizia</b> Dalle idropulitrici ai detergenti, dagli aspiratori ai pulitori al vapore Kärcher offre da 75 anni soluzioni per la pulizia. L'ampia gamma, l'attento design, la vocazione innovativa e il continuo supporto al distributore fanno dell'azienda un partner di riferimento per il canale ferramenta.
		92	<i>Alfer</i> <b>Un alto profilo</b> Una gamma di oltre 6.000 articoli, soluzioni innovative brevettate, processi produttivi ultramoderni e un'alta efficienza nell'evasione degli ordini fanno di Alfer il punto di riferimento quando si parla di profili in alluminio.

Hai perso la  
**Bussola?**



Pastorino Expert

Utensileria professionale per gli esperti del settore



## Mondo Nuovo: nostra responsabilità



*“Serve coraggio per riprenderci la responsabilità per determinare il futuro da una prospettiva di sistema che ci spinge a trovare nuove formule di convivenza e di progresso”*

**Su questa piattaforma concettuale agisce TEAMFORCE a better world ([www.teamforce.it](http://www.teamforce.it)) società nata per concretizzare progetti di “Mondo migliore” e dimostrare come il business possa ridefinire il proprio vantaggio competitivo sulla base di valori umani e sociali, agiti per creare profitto e benessere sociale così come ce ne parla lo stesso Michael Porter nel suo ormai storico articolo all’*Harvard Business Review* del febbraio 2012 (costruire valore condiviso) e lo stesso padre del marketing moderno Philip Kotler nel suo recente e fondamentale libro *Marketing 3.0*.**

### PROGETTI CONCRETI DI SISTEMA

**E**sempio attuale di questa impostazione è il progetto MIND “Mettiamo Insieme i Nostri Destini” ([www.mindilprogetto.org](http://www.mindilprogetto.org)) che si propone di creare opportunità di lavoro nel territorio di Desio e Brianza, rendendo sostenibile la creazione di nuove microimprese, cooperative, iniziative di lavoro nate dal basso, dal coraggio di alcune centinaia di persone alla ricerca di occupazione pronte a mettersi in gioco. Persone che ce la possono fare solo se vi sarà sussidiarietà da parte delle istituzioni, imprese, imprenditori, cittadini del territorio. Teamforce è il coordinatore del format M.I.N.D “Mettiamo Insieme i Nostri Destini” con il sostegno del Comune di Desio e il contributo fattivo di soggetti pubblici e privati della provincia di Monza e Brianza come Camera di Commercio, Assolombarda Giovani, Confindustria Giovani, Confapi Industria, Confartigianato, Confcommercio, Unione Artigiani, Caritas e Acli. Una opportunità di sinergia in cui iFerr ha espresso il desiderio di poter dare un contributo e coinvolgere operosamente la business community del mercato ferramenta attiva nel territorio brianzolo.

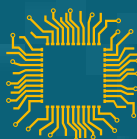
**[www.mindilprogetto.org](http://www.mindilprogetto.org)**



# Il vostro E-Commerce non va? Noi lo facciamo valere.



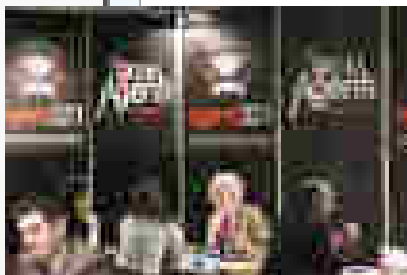
INTEMPRA realizza soluzioni tecnologiche innovative per ogni tipo di business on-line ed e-commerce. Fate volare la vostra azienda per raggiungere quote sempre più alte, in termini di operatività, prestazioni e risultati.



**I N T E M P R A**

innovazione tecnologica per l'impresa

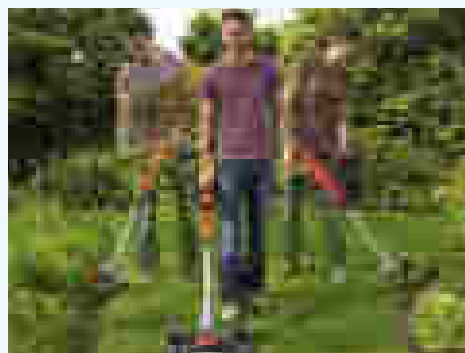
## A Napoli Forum Agenti Mediterraneo



**D**opo il successo di Milano, si terrà a Napoli alla Mostra D'Oltremare venerdì 14 e sabato 15 marzo la fiera Forum Agenti, organizzata da

Agent231. Napoli rappresenta un importante crocevia tra il centro e il sud Italia ed è per le aziende una piazza importante ed appetibile per numero di agenti di commercio. L'esclusività e la novità di un format come quello del Forum Agenti, la fiera internazionale dedicata ai colloqui di ricerca agenti di commercio, sono la chiave del notevole interesse da parte delle aziende e degli agenti. La formula dell'immediatezza delle selezioni ha rappresentato una vera opportunità di lavoro per il gran numero di agenti che sono usciti dal Forum di Milano con un contratto di rappresentanza firmato. [www.agent321.com](http://www.agent321.com)

## L'unione fa la forza



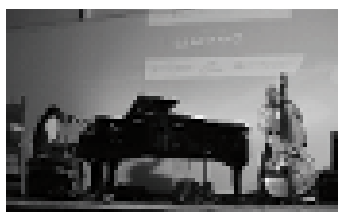
**R**asaerba, tagliabordi e funzione di bordatura, in un unico utensile. Si chiama 3-IN-1 e lo presenta Black & Decker.

Leggerezza, facilità di movimento, versatilità e convenienza rendono 3-IN-1 la soluzione ideale per giardini di piccole dimensioni, magari anche sconnessi o in pendenza. Innovazione, prestazioni e semplicità sono i punti di forza dei nuovi modelli che offrono al consumatore un utilizzo intuitivo in ciascuna delle 3 funzioni. I nuovi 3-IN-1 sono disponibili in due versioni: a batteria 18 Volt Litio 2.0 Ah per chi ama la massima libertà di movimento, a filo 550 watt per chi ha l'esigenza di portare a termine lavori prolungati.

[www.blackanddecker.it](http://www.blackanddecker.it)

## Innovazione e cultura

**I**n occasione del Barletta Jazz Festival Base Protection ha ospitato nel suo magazzino il concerto del Ramon Valle Trio. Pianoforte, contrabbasso e batteria nell'insolita location del magazzino di un'azienda produttrice di scarpe antinfortunistiche defaticanti, che per una notte si è trasformato in auditorium musicale. Un grande successo che ha trasportato il pubblico nella magica e rilassata atmosfera cubana. "Ospitare eventi culturali - dice Antonio Diterlizzi amministratore delegato di Base Protection - è riconoscere il valore della creatività come elemento fondamentale per fare innovazione, una prerogativa della nostra azienda che ci permette di realizzare prodotti diversi e competitivi".

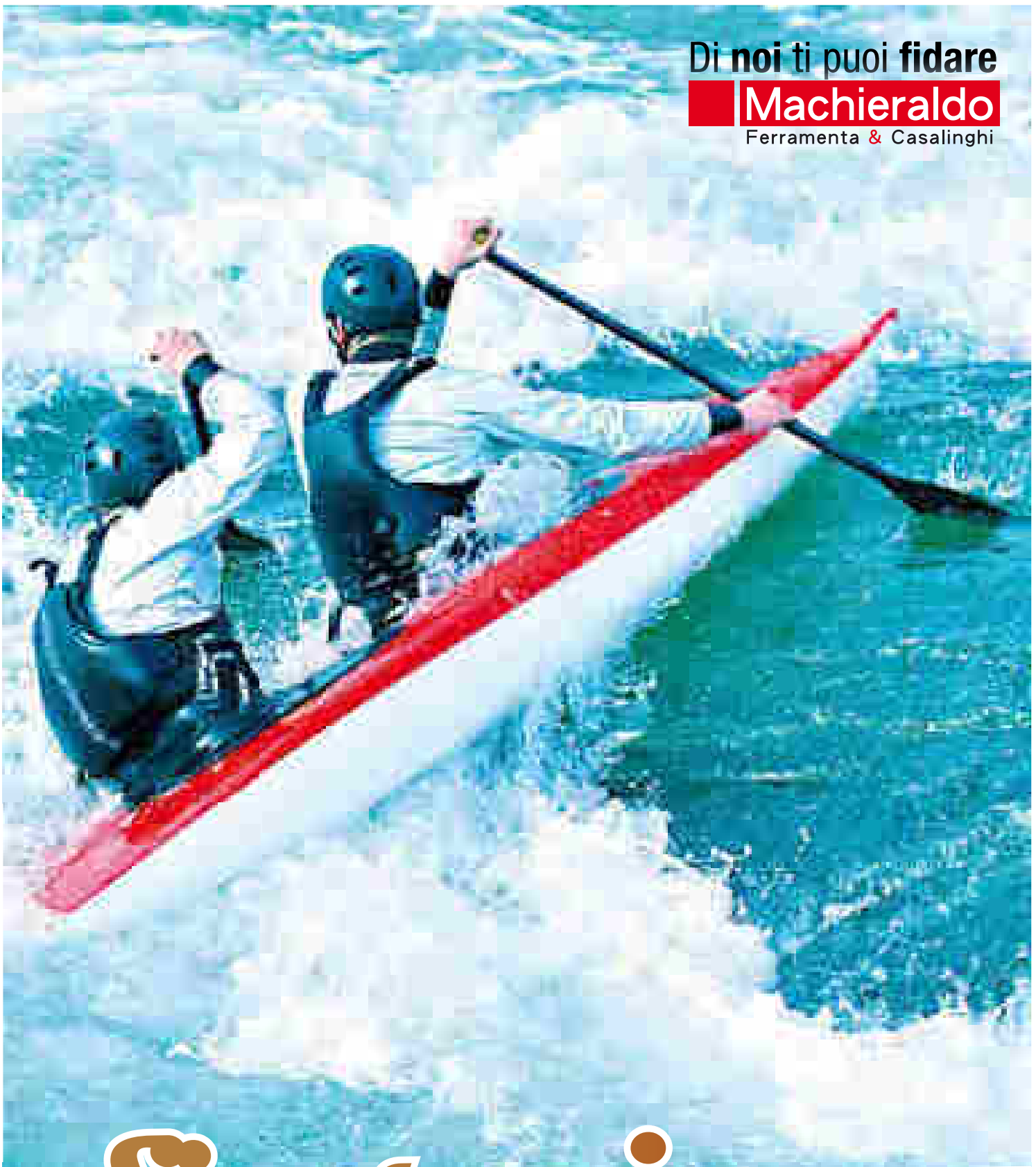


[www.baseprotection.com](http://www.baseprotection.com)

Di noi ti puoi fidare

**Machieraldo**

Ferramenta & Casalinghi



# Sinchronia

“50% corpo e 50% braccia”: non si pagaia solo con le braccia ma anche con le gambe e il tronco, quindi oltre alla **coordinazione** con il compagno, nella canoa è fondamentale il **sincronismo perfetto** dei propri movimenti. **Machieraldo è sempre alla ricerca di questa perfetta sincronia** con i tantissimi rivenditori che distribuiscono sul territorio i suoi prodotti.

[www.machieraldo.it](http://www.machieraldo.it) - [www.ferramentaecasalinghi.it](http://www.ferramentaecasalinghi.it)

**Machieraldo Gustavo S.p.A.**

Via Villetta Strà, 12 - 13881, **Cavaglia (BI)**

Tel. 0161 96044

Fax 0161 966770

E-mail: [machieraldo@machieraldo.it](mailto:machieraldo@machieraldo.it)



## Forti e riconoscibili

# STANLEY

**S**tanley rinnova il proprio logo. L'azienda StanleyBlack&Decker conosciuta e apprezzata in tutto il mondo diventa sempre più forte e rende ancora più riconoscibile il proprio logo. Grafica pulita, senza più contorni delimitanti e carattere più moderno, valorizzano il logo dando semplicità e freschezza, grazie anche alla lettera n scomposta. Legati alle proprie radici ma sempre capaci di evolvere, ecco l'impegno di Stanley. [www.stanley.it](http://www.stanley.it)

## Cresce l'export di tecnologie, Italia al quinto posto

**A**l primo Open Day Attività Internazionali 2014 di ANIE Confindustria, è emerso da una indagine svolta a campione tra le piccole e medio imprese del settore elettronico ed elettrotecnico che le strategie di internazionalizzazione sono uno strumento imprescindibile per la conquista di nuovi mercati. Lo afferma il 60% degli intervistati che di fronte ad una domanda interna sempre più debole amplia i mercati serviti aprendosi all'estero con nuovi accordi commerciali, creazione di joint venture, filiali commerciali, uffici di rappresentanza, i siti produttivi. Medio Oriente, America Latina e Nord Africa sono le aree dove gli investimenti in settori strategici come l'energia, i trasporti e le costruzioni continuano a rappresentare degli importanti driver di crescita di lungo periodo. [www.anie.it](http://www.anie.it)

## Precisione e affidabilità

**L**a luce è sempre di più protagonista nelle nostre abitazioni, e nel settore serramenti questo si traduce in aperture di grandi dimensioni dove gli infissi e le ampie superfici vetrate hanno un peso rilevante che va movimentato agevolmente e in sicurezza. Savio per rispondere a queste esigenze ha studiato le cerniere registrabili Ribantatre 150, per profili a camera unificata, e Ribantatre R40, per profili R40, progettate ad hoc per l'anta ribalta. Ribantatre è ormai un classico fra gli addetti ai lavori: è stata la prima ad essere certificata RAL per una portata fino a 150 kg (Ribantatre 150), e rimane un punto di riferimento quando si parla di robustezza nel tempo. [www.savio.it](http://www.savio.it)



1	Cina	22%
2	Germania	9%
3	Stati Uniti	9%
4	Giappone	6%
5	Italia	5%
6	Corea Del Sud	4%
7	Singapore	4%
8	Paesi Bassi	4%
9	Messico	3%
10	Francia	3%
	Resto Del Mondo	32%

# TECNA®

Balancing your job



## bilanciatori

TECNA produce bilanciatori dal 1972

Da 40 anni TECNA produce e distribuisce una gamma di bilanciatori, con portata da 0,2 a 180 kg, disponibili in versioni diverse e alcuni omologati ATEX.

L'applicazione di questo prodotto è versatile (a banco, in catene di montaggio, per piccoli utensili, ecc.), riduce la fatica dell'operatore e aumenta la produttività.

La cura nella produzione dei bilanciatori, completamente made in Italy, garantisce qualità e durata e fanno di TECNA uno dei più apprezzati costruttori mondiali in questo settore.

Made in Italy



■ 9200-9203



■ 9311-9313



■ 9320-9323



■ 9336-9350



■ 9354-9359



■ 9361-9369



■ 9451-9456



■ 95XX AX

## Un nuovo partner per Plano

**D**opo il lancio di Irwin e di Hide nel 2013 Plano, azienda di riferimento nella produzione di porta utensili, rafforza la sua presenza sul mercato italiano grazie Masterlock, realtà che dal 1921 inventa e produce sistemi di sicurezza meccanica di elevata qualità e design. Mastertlock, azienda americana leader nella sicurezza mobile, ha inventato lucchetti laminati e a combinazione, di cui 200 brevettati, la cui qualità è tale da meritarsi garanzia a vita anche senza prova d'acquisto. Plano è partner di marchi leader ed è in grado di offrire ai propri clienti rivenditori prodotti professionali di qualità, innovativi con un servizio attento ed efficiente. [www.planoeurope.com](http://www.planoeurope.com)



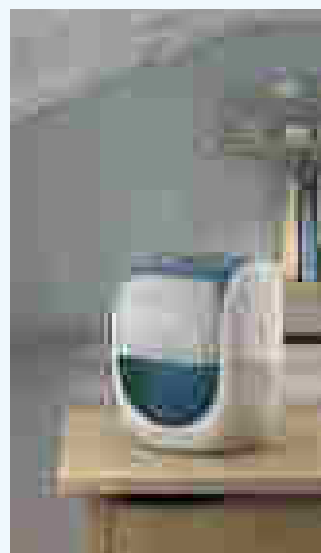
## La carica dei 101

**I**mperdibile la promozione di Pastorino Expert che propone i suoi prodotti più richiesti a prezzi scontati con in aggiunta gadget utili per il proprio lavoro. Grazie a "Promo Gadget 2014" è possibile acquistare l'assortimento di bussole, chiavi e accessori 764 1/4"-1/2"E101 per un totale di 101 pezzi ad un prezzo molto competitivo con in omaggio un paio di guanti da lavoro, utili nell'attività di tutti i giorni. Un paio di occhiali da lavoro sono invece in regalo acquistando l'assortimento di bussole esagonali 764 1/2" M E17, composto da 17 pezzi e fornito in una cassetta di plastica. Tante le offerte a prezzi allettanti accompagnate da gadget belli e utili. [www.pastorino.it](http://www.pastorino.it)



## Nuova gamma di deumidificatori di Olimpia Splendid

**O**limpia Splendid, azienda di riferimento nel settore della climatizzazione, riscaldamento e trattamento dell'aria, presenta la nuova gamma di deumidificatori che, alimentati con gas ecologico, mantengono la salubrità degli ambienti. Gli umidificatori Olimpia Splendid permettono di stabilizzare l'umidità nei locali, dannosa se supera il 40/50%, e a seconda dei modelli migliorano l'aria attraverso filtri di depurazione e riducono i tempi di un pieno ritorno al benessere mediante elementi interni di riscaldamento. Olimpia Splendid offre soluzioni concrete, con tecnologia all'avanguardia e design curato e funzionale. [www.olimpiasplendid.it](http://www.olimpiasplendid.it)



# 2014, nasce



Progetto **R**ete **i**nnovazione **F**erramenta

**PRiFerr** aspira a divenire la più importante  
associazione di imprese che operano  
nel settore della Ferramenta

## Klimahouse 2014 si chiude con successo



**S**i è conclusa positivamente la 9° edizione di Klimahouse. Le aziende espositrici, più di 400, hanno apprezzato l'aumento di affluenza, oltre 39.000 i visitatori da tutte le parti d'Italia, contro i 38.000 del 2013. Un segnale dell'interesse sempre crescente verso i temi dell'efficienza energetica e del risanamento in edilizia. Grande il consenso anche sui canali social della fiera. Oltre 11.000 i followers per la pagina Klimahouse su Facebook, con 2.000 "mi piace" in più durante i 4 giorni della fiera. Filo conduttore della manifestazione l'innovazione. Sono infatti state presentate le ultime novità sul fronte dell'edilizia energeticamente efficiente, e sul fronte dei prodotti o sistemi per un'architettura dalle elevate performance energetiche. Premiati dalla giuria di qualità del Klimahouse Trend, istituito da Fiera Bolzano in collaborazione con il Gruppo 24 ORE, 12 prodotti di cui 6 primi premi e 6 menzioni speciali.

Web: [www.klimahouse.it](http://www.klimahouse.it)

You Tube: [www.youtube.com/fierabolzano](http://www.youtube.com/fierabolzano)

## Gewiss: benessere e semplicità

**U**n impianto domototico non è futuro ma è una realtà che rende l'habitat quotidiano più accogliente e più confortevole. Con pochi dispositivi è infatti possibile gestire e controllare quei parametri (luci, scenari, clima, qualità dell'aria) che incidono sensibilmente sulla bontà di vita dell'uomo e che altrimenti sarebbero difficilmente controllabili. Gewiss presenta Master Ice, il nuovo cuore pensante delle abitazioni contemporanee, il fulcro di tutti i dispositivi d'impianto che permettono di governare lo spazio domestico. Grazie al pannello touch screen è possibile controllare, da un unico punto, tutte le funzioni della casa: punti luce, tapparelle, impianto di climatizzazione, irrigazione, dispositivi d'allarme, videocitofono e videosorveglianza. Master Ice è semplice da utilizzare, consente di comandare la casa anche in caso di assenza con estrema facilità e ha un design pulito e rigoroso.

[www.gewiss.com](http://www.gewiss.com)



rivetti - bulloni a strappo - ribattini - occhielli - inserti - dadi in gabbia - piastrelle - elicotti - autoaggancianti - perni a saldare - dadi e viti a proiezione - viteria in plastica inox e ferro - chiusure - rivettatrici - tirainseri - macchine

**TIRAINSERI**

**RIV998**



Per inserti M3-M12 2 fasi

**RIVETTATRICI**

**RIV503**



Per rivetti Ø 4.8

**RIV912**



Per inserti M3-M12 1 fase

**RIV504**



Per rivetti Ø 6.0-6.4

**RIV938**



Per inserti M3-M10 1 fase

**RIV536**



Testa girevole 360°

**RIV938S**



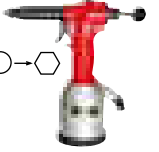
Per inserti M3-M6 1 fase

**RIV510B**



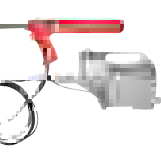
Per rivetti Ø 10.0

**RIV990**



Per fori esagonali

**RIV300**



Per rivetti in cartuccia

**RIV790 12V**



Per inserti M3-M8

**RIV750-760 12V**



Per rivetti Ø 5.0

**RIVETTATRICI E TIRAINSERI MANUALI**

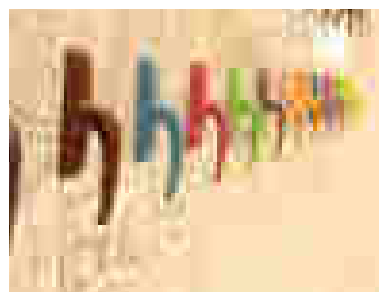


# Maurer e rugby: intesa perfetta.



**P**assione per ciò che si fa, impegno quotidiano, precisione nel fare le cose, determinazione nel raggiungere i propri obiettivi, fare squadra, ottenere risultati. Questi i valori che caratterizzano il rugby e che Ferritalia, con il marchio Maurer condivide e sostiene. Ecco perché per i 40 anni di attività, Ferritalia con il marchio Maurer sponsorizza la Federazione Italiana Rugby. Uno sport questo che sta guadagnando sempre più appassionati con un'immagine ricca di simpatia e di valori positivi lontani dagli eccessi di altri sport. In occasione del prestigioso torneo delle Sei Nazioni, che tiene impegnati gli Azzurri dal 2 febbraio al 15 marzo, Maurer ha ideato una campagna pubblicitaria accattivante e innovativa dal titolo "Chi sceglie Maurer esce dalla mischia" che prevede anche uno spot di 30" proiettato durante le pause delle partite. [www.ferritalia.it](http://www.ferritalia.it)

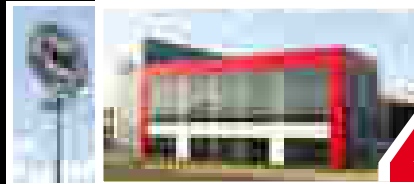
# Master si impegna a ridurre le emissioni



**R**idurre l'impatto ambientale dei prodotti nel settore degli accessori per serramenti, questo è l'obiettivo alla base dell'accordo siglato con il Ministero dell'Ambiente da Maria

Luigia Lacatena, amministratore unico della Master di Conversano, azienda di riferimento nel settore degli accessori per serramenti. Il progetto è finalizzato alla valutazione dell'impatto sul clima lungo il ciclo di vita dei più rappresentativi prodotti dell'azienda per calcolare l'ammontare totale dei gas a effetto serra emessi. Sulla base dei risultati saranno proposti gli interventi più sostenibili ed efficienti per migliorare i processi produttivi e ridurre le emissioni. Master è la prima società nel settore dei serramenti che aderisce all'accordo, avviando un processo che, negli auspici del Ministero, dovrebbe divenire una buona prassi da imitare per tutte le imprese del comparto. [www.masteronline.biz](http://www.masteronline.biz)

P150113



1973 2013



Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

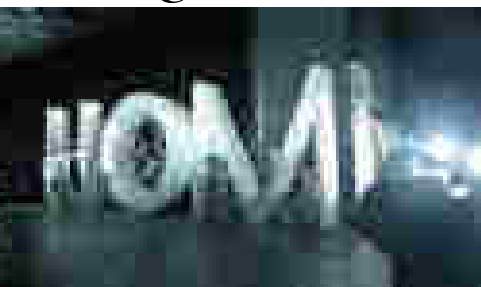


## FDT cresce



Il consorzio FDT nato nel 1997, aumenta la propria copertura nazionale grazie all'entrata da gennaio di due nuovi affiliati: Non Solo Legno di Ghilarza (Or) e Giuseppe Chiesa di Oristano. Non Solo Legno nasce nel 2002 e nel 2011 inaugura un centro fai da te dove sono presenti: reparto ferramenta, utensileria elettrica e manuale, legname, idraulica, giardinaggio, vernici, arredamento, mobili e accessori bagno, tessile, casalinghi. Giuseppe Chiesa di Oristano nasce nel 1970 e si occupa del commercio di legname da costruzione e della sua lavorazione, affermandosi in tutta la provincia di Oristano per la sua esperienza e professionalità. Negli anni nasce la linea bricolage con il nome "Hobby Legno" che si trasformerà nel nuovo Bricomania ampliando notevolmente l'offerta dei suoi prodotti con articoli per la casa, il giardino, l'ufficio e il tempo libero. [www.fdtgroup.com](http://www.fdtgroup.com)

## Successo di Homi, la manifestazione sugli stili di vita



**H**omi, la nuova fiera sugli stili di vita che si è svolta a Milano ha chiuso con un bilancio decisamente positivo. I 1.500 gli espositori che hanno creduto nel nuovo concept della

manifestazione sono stati premiati: 94 mila i visitatori, di cui il 15% erano stranieri. I paesi maggiormente rappresentati sono stati Russia, Spagna, Francia, Giappone, Grecia e Turchia. La prossima edizione italiana di Homi sarà a settembre, ma la manifestazione, espressione dell'eccellenza dello stile di vita italiano nel mondo, si prepara a sbarcare anche all'estero. Sarà infatti presente in Russia dal 15 al 18 ottobre 2014 presso il centro Crocus a Mosca, in contemporanea con i Saloni Worldwide Moscow. [www.homimilano.com](http://www.homimilano.com)



## Marchi di qualità per il professionista



La ditta **Benedetto Notararigo** vanta 30 anni di esperienza nel settore ferramenta ed edilizia.

Abbiamo sede ad Ossonova (MI) e disponiamo di un'area showroom di tutte le nostre rappresentanze a disposizione della nostra clientela.

Oggi abbiamo il piacere di presentare tre nuovi marchi che ambiscono a raggiungere nuovi traguardi commerciali sia per la qualità che per le prestazioni di elevata tecnologia attraverso un eccellente servizio.

**Qualità, Efficienza, Affidabilità, Gamme complete** di prodotti sono le caratteristiche che ci consentono di distinguerci sul mercato, unitamente all'abilità nel produrre articoli particolari realizzati secondo le specifiche del cliente, sia nel packaging che nel brand.

Siamo certi che queste caratteristiche siano decisive per instaurare una collaborazione commerciale duratura nel tempo, per essere al vostro servizio per ogni esigenza.

**Non esitate a contattarci:**  
cell 335 6943334  
mail [benedetto@colvin.it](mailto:benedetto@colvin.it)





# Passaggi

# chiave



**L**e chiavi possono essere realizzate in ottone, acciaio, silver nichel (alpacca – metallo nobile utilizzato per chiavi cilindro e nel campo dell'automotive), alluminio, ghisa, polimeri plastici, ultralite una lega alluminio –titanio utilizzata in aeronautica. Normalmente i metalli utilizzati da Silca sono delle leghe, ricercate in tutto il

mondo nella forma e qualità più alte. La tranciatura è la fase che dà la vera e propria impronta alla sagoma esterna della chiave.

Silca produce 66.000 varianti articolo che vengono realizzati partendo da alcune decine di migliaia di sagome base, che vengono estratte dalla materia prima grazie a degli stampi progettati e realizzati da



Le chiavi, stanno in tasca, aprono porte, mettono in moto auto, camion e scooter, cassette delle lettere, cancelli. Sembrano così semplici, sono così importanti. Vediamo come nasce una chiave di qualità, e cioè una chiave che è stata progettata, curata e realizzata in ogni singolo dettaglio con cura con ottimi materiali e con autentica passione, per dare la sicurezza a chi la duplica di offrire un prodotto eccellente e a chi la utilizza di aprire sempre ciò che gli sta a cuore.



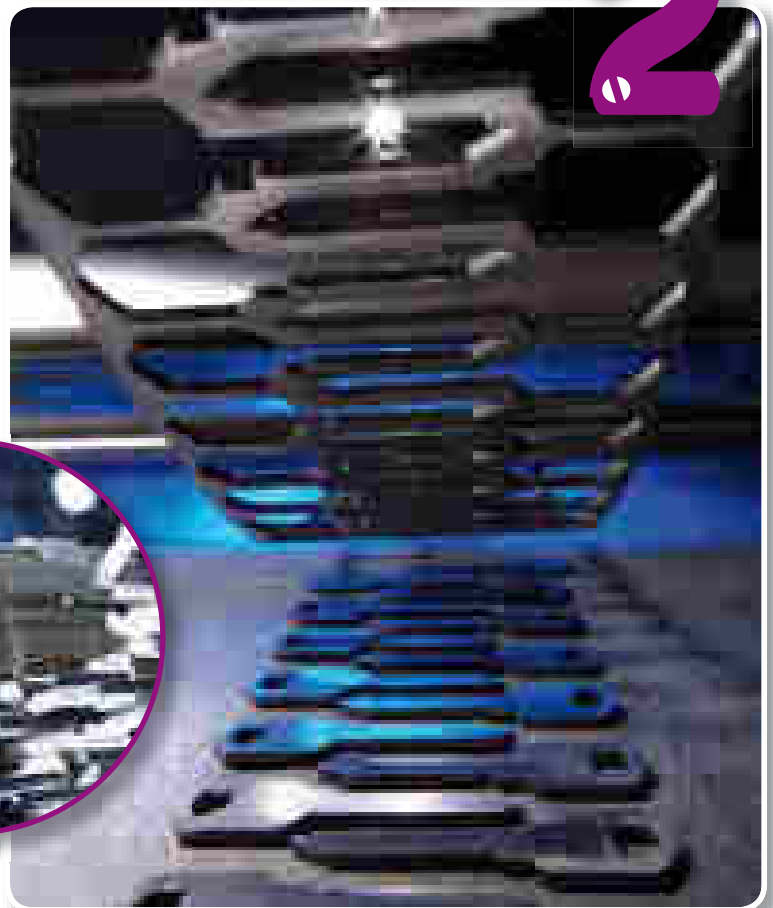
**MATERIE PRIME:**

Nastri acciaio e ottone preparati per l' utilizzo in produzione.

È essenziale che la materia prima offra le migliori caratteristiche in termini di durata nel tempo, flessibilità nell'utilizzo, elasticità alla torsione e molto ancora. Silca ogni giorno, e in tutto il mondo, è attiva in una ricerca accurata dei migliori fornitori internazionali. Ciascuno di essi deve essere certificato in base ad elevati standard qualitativi e di servizio, approvvigionando la materia prima in ogni paese anche il più lontano. Ogni lotto di qualsiasi materia prima viene accuratamente testato e controllato prima di entrare in produzione.

**STAMPO CHIAVI. QUANDO LA SAGOMA DELLA CHIAVE PRENDE FORMA.**

La materia prima, in nastri o millette a secondo delle lavorazioni, nel caso della tracciatura è caricato a passo costante nello stampo della macchina, e ad ogni battuta lo stampo permette di tranciare 2 sagome chiavi speculari. Silca ha estrema cura nell'utilizzare i materiali, prima e durante il processo di lavorazione tutti gli scarti dei metalli di lavorazione vengono raccolti e successivamente indirizzati ad ulteriori utilizzi. Tutti i metalli riutilizzabili sono recuperati, fusi e nuovamente immessi nel ciclo produttivo dopo ulteriori accurati controlli. I processi accurati e l'elevato controllo delle fasi di lavoro fanno sì che nulla vada sprecato o perduto, pur mantenendo elevati gli standard qualitativi.



### FRESATURA

Una fase importante di lavoro in cui la sagoma tranciata della chiave viene arricchita con le tracce dei canali lungo la canna. Il processo, che avviene tramite macchinari settati con specifici kit di taglio (uno per ogni singolo articolo chiave), è gestito con cura assoluta ed ottimizzato dal punto di vista dei flussi logistici. Operatori specializzati controllano e selezionano i kit di taglio adatti attingendo ad un magazzino automatizzato con oltre 100 livelli e predisponendo i materiali per ogni singola stazione di lavoro in perfetta sincronia con la disponibilità delle chiavi che debbono essere lavorate. La fresatura della chiave viene operata con continuo controllo sulla precisione centesimale delle tolleranze di taglio chiave. Il controllo è garantito sia da macchinari di ultima generazione che dal personale addetto alle stazioni di lavoro.



disegnatori e tecnici professionali che lavorano in azienda. Questi utensili, molto importanti per la qualità del prodotto finale, sono interamente progettati e prodotti in Italia. Dopo di che si passa alla fresatura: la sagoma tranciata è arricchita con le tracce dei canali lungo la canna. A questo punto, è la volta della dorsatura: una lavorazione del dorso della chiave che ne facilita la rotazione all'interno della serratura. Il processo prosegue con il conio: la personalizzazione della chiave e delle sue interpretazioni. Una volta coniate le chiavi sono sottoposte a nichelatura, per renderle resistenti e durevolmente brillanti. Alcune chiavi poi (in particolare modo quelle per le auto, che hanno la testa plastificata) vengono

plastificate.

Il processo si completa con il controllo e il confezionamento. A questo punto questi piccoli insostituibili prodotti sono pronti per entrare nei vostri negozi.

La produzione chiavi Silca è caratterizzata da un ottimo equilibrio tra tecnologia e sensibilità umana bilanciate in un rapporto ottimale che nel tempo ha garantito il mantenimento di ottimi standard qualitativi per qualsiasi tipologia di chiave oltre che pluriennale durata ai rapporti di collaborazione con importanti aziende produttrici di serrature e del settore automotive.

4

#### DORSATURA

Un processo importante, eseguito da personale esperto che con l'ausilio di macchinari consente di effettuare una lavorazione del dorso della chiave così da renderla adatta a ruotare più facilmente all'interno della serratura e per conseguenza a funzionare correttamente all'interno della serratura e più a lungo.



5

#### CONIATURA

La coniazione è la fase del processo di lavorazione piuttosto creativa che permette di stampare sulla chiave con altissima qualità e precisione personalizzandola con: disegni, testi e soggetti grafici diversi a richiesta del cliente.

6

#### NICHELATURA

Una volta coniate le chiavi sono trasferite ad un processo, detto nichelatura, che attraverso più passaggi ed immersioni in soluzioni chimiche diverse porta alla copertura della superficie della chiave con alcuni micron di Silver Nichel. È questo il passaggio attraverso il quale la chiave che è stata tranciata, fresata, dorsata, coniata viene resa resistente e durevolmente brillante. Grazie a questo processo elettrolitico che permette al prodotto oltre che di brillare anche di resistere a lungo inalterato nel tempo.





## PLASTIFICAZIONE

Un processo che interessa le chiavi colorate e le chiavi auto, la cui testa è realizzata in materiali plastici resistenti e colorati. Molte le varianti, e molto alta la qualità sia nel caso del colore che nelle più sobrie auto per veicoli.



## CONTROLLI

La produzione chiavi Silca è caratterizzata da un ottimo equilibrio tra tecnologia e sensibilità umana bilanciate in un rapporto ottimale che nel tempo ha garantito il mantenimento di ottimi standard qualitativi per qualsiasi tipologia di chiave oltre che pluriennale durata ai rapporti di collaborazione con importanti aziende produttrici di serrature e del settore automotive. Molti i controlli elettronici e visivi della qualità delle chiavi, un must per il settore automotive e per tutte le chiavi Silca. Un processo nel processo che unisce tecnologia a sensibilità ed esperienza umana.





4 WORK



## LE CERTIFICAZIONI

Silca è certificata ISO 9001:2008 ed ISO/TS 16949:2009 una doppia certificazione esclusiva e prestigiosa, ISO/TS specifica per il settore automotive è un traguardo ambito per i produttori di chiavi. Nell'attenzione alla Qualità Silca comprende anche il rispetto per l'ambiente ed elevati livelli di sicurezza interni e di qualità e non inquinamento collegato alle lavorazioni.



## CONFEZIONAMENTO

**Le chiavi arrivano al mercato attraverso confezioni che sono sempre più personalizzate a seconda delle esigenze dei destinatari.**

## PRECIFRATURA E LAVORAZIONI SPECIALI

Silca, lavorando a stretto contatto con i maggiori produttori del settore Industriale, oltre che con specialisti di ogni parte del mondo, ha sviluppato un'alta competenza e sensibilità nelle lavorazioni di chiavi speciali di assoluta qualità. Queste produzioni sono supportate da centri di lavoro multi stazioni completamente automatizzati progettati e sviluppati da Silca grazie alla propria competenza ed expertise sviluppati in una lunga storia ed esperienza in ogni mercato del mondo.



# GOODYEAR

## Goodyear sempre in sicurezza

**NEW**

### Nuova serie G3000

Ariete Group Vi presenta i nuovi modelli della serie G3000, la suola è in gomma rialzata sui fianchi e nella zona del tallone per una protezione maggiore, con proprietà antiscivolo (SRA) e resistenza al calore (HRO).

La tomaia è in morbido Action leather nabuk e poliuretano nabuk, è dotata di puntale e lamina antiforo in materiale composito, non contiene alcun elemento metallico (METAL FREE), quindi minor peso e maggior flessibilità rispetto alle calzature classiche con protezioni in acciaio.

La calzatura è altamente traspirante grazie all'alto potere d'assorbimento del tessuto di cui è rivestita, mantenendo il piede più asciutto.

La soletta è anatomica, estraibile ed è dotata di fori di aerazione che favoriscono la circolazione e il ricambio dell'aria.

Una soluzione per ogni tipologia di lavoro.



ref. G1383750 S1P



ref. G1383770 S1P



ref. G1383762 S1P



ref. G1383772 S1P



ref. G1383760 S1P



ARIETE GROUP S.p.A  
Via delle Querce n.8, Z.I. Fenilrosso 46019 VIADANA (MN) ITALY  
Tel. 0039 0375 820500 - Fax. 0039 0375 820501  
www.ariete-group.com - info@ariete-group.it



## Pasquale Lamura:

**Classe 1982, maturità classica, entra nell'azienda di famiglia nell'ormai lontano 2000; tanta gavetta, per imparare sul campo a conoscere l'attività fondata e condotta dal padre, Pasquale oggi è il responsabile commerciale di FDL. Ma come è riuscito a ritagliarsi il suo spazio, in azienda? Lo abbiamo chiesto a lui, naturalmente!**



# Osare e ascoltare

**Ferr.: Senta, ma perché il liceo classico, e poi subito l'impegno in azienda, senza neppure passare dal via?**

**P.L.:** La scelta del percorso scolastico è scaturita solo e unicamente dalla mia insaziabile curiosità; volevo una scuola che mi aiutasse nella ricerca dei "perché", a crescere senza dogmi, con la mente

aperta. Dopo di che sono sempre stato legato all'attività di famiglia. Non ho mai pensato seriamente di occuparmi di qualcosa d'altro.

**iFerr.: Non deve essere stato facile per lei così giovane, ritagliarsi un ruolo adeguato, all'ombra di un padre tanto energico e forte!**

**P.L.:** Devo ammettere che di gavetta ne ho fatta proprio tanta. Con i clienti, con i colleghi, occupandomi di commerciale, di gestione anche amministrativa della clientela. Così però ho potuto imparare a conoscere il mercato, le sue logiche, e anche le sue necessità. Quegli anni di esperienza sono stati determinanti, per la mia evoluzione professionale.

**iFerr.: Ma come è riuscito a conquistarsi un suo spazio autonomo?**

**P.L.:** Dimostrando giorno dopo giorno di meritare fiducia e stima. Ho dovuto sudare non poco, per riuscirci. Però devo dire che mio padre è stato veramente bravo, con me.

**iFerr.: In che senso, scusi?**

**P.L.:** Ha saputo darmi la giusta corda. È stato così intelligente e capace da rendersi conto che per crescere avevo bisogno di spazio, e anche di sbagliare. Non credo sia stato facile, per lui. Mi ha

lasciato la possibilità di muovermi, senza però farmi sentire solo. Il suo esempio mi è servito, molto; e oggi spero di essere in grado di riproporlo con mio fratello Francesco che, poco più che ventenne, è già qui con me, e si occupa di amministrazione, con un entusiasmo davvero ammirevole!

**iFerr.: In che modo un giovane può fare la differenza, in un'attività di famiglia?**

**P.L.:** Osando, da un lato, e ascoltando, dall'altro. E poi non avendo mai paura di proporre le sue idee. Perché l'aria nuova, fresca, nelle aziende è sempre utile. Certo, tutto questo cercando di non perdere di vista l'opinione fondamentale di chi ha già tanti anni di lavoro al suo attivo.

**iFerr.: Ci sono delle aree dove il contributo di un giovane più facilmente si dimostra determinante?**

**P.L.:** Credo che nell'area tecnologica i giovani siano assolutamente imbattibili. Nell'informatizzazione dei sistemi gestionali ad esempio, le nuove generazioni possono muoversi con la massima disinvoltura. E sappiamo bene come questi sistemi aiutino le aziende a crescere ed evolvere.

**iFerr.: Ad oggi, è soddisfatto della sua scelta professionale?**

**P.L.:** Certo che sono soddisfatto! Quando sono entrato in azienda, avevamo tre venditori, oggi ne abbiamo venti. Il nostro fatturato è aumentato, ma soprattutto la nostra azienda è cresciuta e si è rinnovata, sotto tutti i punti di vista. Anche i rapporti tra colleghi oggi sono cambiati. Si lavora tanto, e intensamente, ma si riesce a fare gruppo con leggerezza, uscendo talvolta anche dagli schemi. Il gioco è valso la candela, eccome!



## Sabrina Canese:

**Lo sappiamo, alle signore non si chiede mai l'età. Ma Sabrina Canese è decisamente una donna spiritosa autoironica e poco dogmatica. Così, vi possiamo raccontare senza remore, che nasce nel febbraio del 1973, prende un diploma di maturità classica e poi si iscrive all'Università, facoltà di Giurisprudenza; nel 2001 entra in azienda, e solo dopo alcuni anni, lavorando e studiando allo stesso tempo, si laurea e partecipa a un master, in bilancio ed economia aziendale, grazie al quale perfeziona le sue competenze in materia commerciale.**

# La Regina della brugola

**Ferr:** Senta Sabrina, ma come è stato entrare nel mondo della ferramenta?

**S.C.:** Devo ammetterlo: quando ero giovane avevo mille idee per la testa. Tranne che quella di occuparmi di ferramenta.

**iFerr:** Dopo di che, cosa è successo?

**S.C.:** Ho iniziato una facoltà universitaria che proprio non faceva per me. Ho perso tempo e certezze; a un certo punto sono entrata nell'azienda di famiglia, con l'obiettivo di cercare la mia strada, più che con la convinzione di star facendo la cosa giusta.

**iFerr:** Mentre invece?

**S.C.:** Ho scoperto che questa, proprio questa, era la mia strada, non un triste ripiego! Ho ritrovato motivazione ed energia per completare gli studi universitari e anche per specializzarmi con un master. Insomma, una svolta sorprendente.

**iFerr:** Non si è mai pentita di questa scelta?

**S.C.:** In realtà più passa il tempo più ne sono soddisfatta. In questa azienda mi piace proprio tanto lavorare, anche perché sono riuscita a ritagliarmi degli spazi alternativi, dove conciliare l'attività commerciale con le mie attitudini umanistiche. Come il concorso Artènsile ad esempio (*concorso fotografico nazionale di oggetti della ferramenta nel loro uso abituale e alternativo, ndr*), grazie al quale abbiamo vinto il premio dato ai giovani imprenditori, per ben due anni consecutivi.

**iFerr:** Scusi, ma come le è venuta l'idea di legare ferramenta e fotografia?

**S.C.:** Questo è il bello dell'essere giovani, senza nessun preconcetto a limitarci nelle azioni. Ho sempre vissuto con un certo imbarazzo il mio legame a un mondo tanto rude ed essenziale. Entrando in azienda poi è cresciuta in me l'esigenza di elevare la percezione dei prodotti che ruotano intorno a questo mercato. Non dimentichiamolo, sono prodotti fondamentali, per tutti noi, nella nostra quotidianità.

**iFerr:** Così ha pensato di associarli all'arte?

**S.C.:** Esattamente. O meglio, di rendere palese questo legame. Perché in realtà molti prodotti che

si vendono in ferramenta sono per loro natura strumenti prestati all'arte. Io però volevo trasformarli in soggetti artistici. E credo di esserci riuscita.

**iFerr:** Al di là della sua soddisfazione personale, questo progetto ha anche una qualche valenza commerciale, a suo avviso?

**S.C.:** Credo sia necessario lavorare sulla comunicazione e l'immagine del nostro settore. Dobbiamo svecchiare la percezione che il mondo ha di noi e delle nostre attività. Questo aiuta certamente a muovere i fatturati e rendere più pronte di riflessi le aziende. D'altro canto, ci pensi: nessuno di noi è incentivato a spendere, se entra in un punto vendita sciatto vecchiotto e polveroso! Il modello Ikea insegna.

**iFerr:** Quindi secondo lei i giovani hanno l'arduo compito di spingere l'acceleratore sul cambio di immagine?

**S.C.:** Cambio di immagine ma anche di sostanza! L'immagine ci permette di rendere visibile ciò che siamo. Allora il cambiamento deve partire dall'interno. Dobbiamo svecchiarci sotto tutti i punti di vista, rivitalizzare le nostre aziende, per poi comunicare questa ventata d'aria nuova anche all'esterno. Sì, credo proprio che per questo processo il contributo delle nuove generazioni sia fondamentale.

**iFerr:** Ma com'è essere donna in questo settore?

**S.C.:** Non facile! Questo è un mondo anzianotto e prettamente maschile. Per me non è certo stato semplice essere presa sul serio. Però credo che il punto di vista femminile, proprio perché inconsueto, possa rivelarsi prezioso.

**iFerr:** In chiusura, cosa vorrebbe dire ai suoi colleghi?

**S.C.:** Alle donne dico: credete in voi stesse, non abbiate paura, fatevi valere, acquisite adeguate competenze e diventate regine della brugola! Ai giovani in generale invece suggerisco: osate, innovate, ma senza demolire il passato, che è sempre una preziosa radice dalla quale partire. Secondo me in questo mercato c'è tanto, ma tanto ancora da fare, anche divertendosi.



# Veloce, come il mercato

**Cinzia Chiminelli in Ceni Gomma si occupa di acquisti, selezione prodotti e fornitori e contrattazioni commerciali. Una donna di potere e una guerriera in prima linea, che in un mondo prettamente maschile come quello della ferramenta, sembra proprio trovarsi bene. Un punto di vista particolare il suo, che ci piace tradurre in testimonianza.**

**iFerr:** Prima di tutto ci racconti: come è approdata a un settore così tecnico come il nostro?

**C.C.:** In realtà io ho sempre operato in ambito tecnico altamente specializzato. Prima mi occupavo di acquisti per un OEM nel mondo del vetro. Quindi passare al mondo della distribuzione di ferramenta non è stato un shock terribile per me.

**iFerr:** Eppure i due settori non hanno tanti punti di contatto!

**C.C.:** Effettivamente ho dovuto affrontare la questione della conoscenza della materia, imparare tutto da capo, a proposito di prodotti e loro applicazioni. Ma non mi sono certo trovata nella condizione di dover cambiare radicalmente mentalità e approccio professionale.

**iFerr:** C'è un aspetto peculiare di questo mondo che le piace particolarmente?

**C.C.:** Certo, la velocità! In questo settore in generale, e in Ceni Gomma in particolare, non si può mai abbassare la guardia, tutto muta a gran velocità, non sono consentite distrazioni. Perché dobbiamo produrre periodicamente un catalogo standard, che tenga conto delle reali esigenze di mercato, del loro evolversi, e al contempo dobbiamo costruire un'offerta senza mai perdere di vista il trend dei consumi, avendo ben presenti le abitudini e le esigenze, e i loro cambiamenti. Tutto questo in rapida e stretta successione.

**iFerr:** Per questo è necessario un legame molto stretto con il mercato di riferimento?

**C.C.:** Proprio così, è il contatto costante e continuato con i clienti che ci permette di percepirne gli umori, le attitudini, i problemi, anche i minimi cambiamenti. Solo così possiamo orientare tempestivamente la nostra offerta di prodotti e servizi.

**iFerr:** Che ruolo hanno i produttori, in tutto questo?

**C.C.:** Fondamentale, direi. Perché senza il loro supporto, la loro attitudine a innovare e rinnovare, aggiornare e rivedere, noi saremmo in difficoltà. I produttori in alcuni casi sono i nostri migliori partner. Ci aiutano sotto tutti i punti di vista. Ed è anche grazie alla stretta collaborazione con loro che siamo in grado di fidelizzare la clientela.

**iFerr:** Ci sta dicendo che i fornitori la differenza non la fanno con il prezzo?

**C.C.:** Sto dicendo che il fattore prezzo per me rappresenta solo uno degli aspetti determinanti. Certo, la centratura della quotazione rispetto alla qualità del prodotto è fondamentale, ma si tratta solo di un punto di partenza. Dopo di che deve iniziare tutto un ulteriore ragionamento.

**iFerr:** Che concerne?

**C.C.:** I servizi, i supporti, l'elasticità operativa, e soprattutto la solidità del produttore, la sua capacità di essere punto di riferimento costante e coerente nel tempo. Solo così si è certi di dare risposte esaustive ai clienti.

**iFerr:** Secondo lei questo sistema di selezione dei fornitori può essere vantaggioso anche per la distribuzione al dettaglio?

**C.C.:** Ne sono più che certa. Tanto è vero che noi da sempre cerchiamo di essere per i nostri clienti al dettaglio quello che i nostri fornitori sono per noi. Ovvero dei partner.

**iFerr:** Per concludere, a suo avviso quali sono i clienti migliori?

**C.C.:** Quelli più reattivi, più veloci, più ricettivi. Quelli che non hanno paura del cambiamento, e che allo stesso tempo investono in innovazione gestionale, in formazione, in aggiornamento del punto vendita. In estrema sintesi: quelli che credono nel loro business, anche come prospettiva a medio e lungo termine, e per questo sono disposti a investire per migliorare.

## *Dal bancone alla strada ...in sicurezza*

**Classe 1957, Franco Milone oggi è titolare di un'agenzia di rappresentanza. E lavora in esclusiva per Malfatti & Tacchini, storica azienda lombarda specializzata nel settore della sicurezza, con un ampio assortimento di ferramenta e da pochissimo insediata in un nuovo stabilimento a Paderno Dugnano, per offrire sempre più gamma e sempre miglior servizio.**

**iFerr:** Franco, come ha iniziato questa professione?

**F.M.:** Nel modo migliore per questo tipo di attività. Ossia al banco di un rivenditore al dettaglio e all'ingrosso, servendo negozianti nel settore della ferramenta. Non ero ancora maggiorenne, quando ho iniziato.

**iFerr:** Dopo di che, cosa è successo?

**F.M.:** Mi piaceva veramente tanto vendere, stare con i clienti, instaurare un rapporto duraturo con loro. Però avevo anche l'esigenza di andare oltre, di diventare punto di riferimento, quasi un consulente, per loro. Quando ho scoperto che questo lavoro lo facevano gli agenti, quelli più bravi almeno, allora ho deciso che quella sarebbe stata la mia strada.

**iFerr:** Esperienza e specializzazione quindi...

**F.M.:** Sì, per circa trent'anni, sempre nel distretto lombardo, credendoci sino in fondo, tanto da coinvolgere anche la mia famiglia, per essere sicuro di garantire efficienza e puntualità alla mia clientela. L'esperienza della vendita mi ha insegnato la differenza tra raccogliere ordini e fidelizzare, creando un rapporto personale forte e duraturo, con la mia clientela.

**iFerr:** Da tanti anni, sempre la stessa clientela?

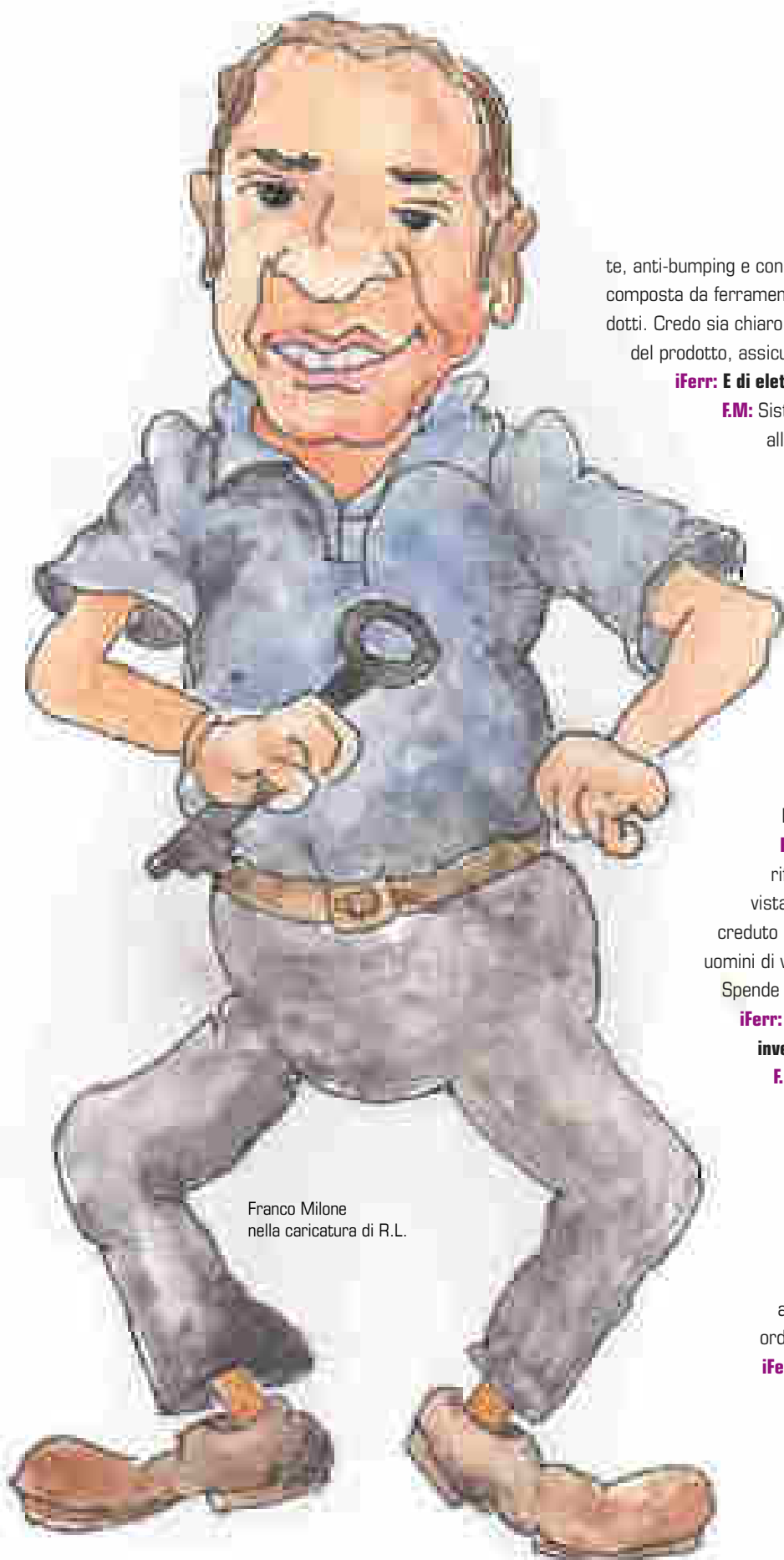
**F.M.:** Purtroppo no. L'azienda che rappresento adotta una politica di crescita per la quale periodicamente ricolloca parte della clientela dei collaboratori consolidati, per ripartirla sui nuovi agenti da inserire. Così negli anni ho dovuto rinunciare ad alcuni rapporti professionali.

**iFerr:** Giusta strategia, a suo avviso?

**F.M.:** Sono convinto che gli agenti dovrebbero essere maggiormente coinvolti nelle decisioni, perché condividere vuol anche dire essere motivati, e quindi produrre in qualità. Poi è chiaro, non tutti gli agenti hanno questa attitudine; ciò non toglie che credo possa essere molto utile creare momenti di condivisione con i venditori più ricettivi e reattivi.

**iFerr:** Da agente esclusivo di grossista distributore quali, secondo lei, i fattori di successo e di crescita per un'azienda oggi?

**F.M.:** Credo che la vera differenza stia nel rendere disponibili al mercato in tempo reale tutte le più recenti innovazioni in termini di prodotti e servizi. Nel mondo della sicurezza ad esempio, parliamo di cilindri di nuova generazione, cilindri radiali, con chiavi punzona-



Franco Milone  
nella caricatura di R.L.

te, anti-bumping e con dispositivi "defender". La mia clientela composta da ferramenta ha fame di queste tipologie di prodotti. Credo sia chiaro che innovazione e pronta disponibilità del prodotto, assicurino sempre ottimi risultati di vendita.

**iFerr: E di elettronica e sicurezza attiva, che ci dice?**

**F.M:** Sistemi anti-intrusione elettronici come allarmi, telecamere e affini, non sono affatto semplici da vendere in ferramenta. Qui in Lombardia, esiste una forte e qualificata rete di rivenditori specializzati proprio in elettronica che in più hanno una propria rete di installatori, quasi sempre elettricisti. Quindi è ancora difficile per i nostri rivenditori creare del business interessante in questo ambito.

**iFerr: Allora qual è il punto di forza l'azienda che lei rappresenta?**

**F.M:** La capacità di essere punto di riferimento tecnico sotto tutti i punti di vista. Michele Tacchini infatti, ha sempre creduto molto nella formazione, tanto dei suoi uomini di vendita, quanto della propria clientela. Spende molte energie in questo.

**iFerr: E il suo personale punto di forza invece?**

**F.M:** Non sono remissivo; quando sono convinto e preparato mi batto strenuamente affinché la mia clientela si specializzi sempre di più e affinché la mia azienda segua e inserisca in gamma le novità che i produttori immettono costantemente nel mercato; mi batto anche affinché alla clientela sia consegnato l'intero ordinato e con celerità.

**iFerr: Prossimi obiettivi?**

**F.M:** Crescere il mio apporto di fatturato e ottenere una maggiore partecipazione a riguardo delle decisioni aziendali, nella convinzione assoluta che ne esistano tutti i presupposti.



**È stata pubblicata a novembre la sesta edizione del rapporto di Confcommercio, in occasione del Forum dei Giovani Imprenditori di Imprese per l'Italia. Un'analisi che non indulge all'ottimismo per quanto riguarda le prospettive a breve termine, ma che fornisce accanto al consueto quadro macro-economico anche un interessante approfondimento, di sicura utilità per i rivenditori di ferramenta e per chi intenda farsi carico delle giuste rivendicazioni nelle sedi di difesa più idonee.**

#### **Maggiori chiusure al calo dei consumi commercio al dettaglio: dati per il periodo 2010-2012**

	Dettaglio	Gss
Ferramenta	-1,042	19



# Gli errori della liberalizzazione

Gli specialisti in Italia		
	Numero di ferramen- ta per regione	Variazione in % 2010-2012
Piemonte	2.740	-5,2
V. D'Aosta	110	-1,8
Lombardia	3.579	-3,1
Liguria	1.139	-3,5
Veneto	2.680	-4,1
Trentino	493	-2
Friuli	611	-4,1
Emilia	2.430	-2
Toscana	2.504	-4,6
Umbria	689	-2,4
Marche	1.046	-3,4
Lazio	4.374	-1,7
Abruzzo	1.207	-3,1
Molise	328	1,2
Campania	5.348	-1,9
Puglia	3.814	-1,2
Basilicata	720	0,7
Calabria	2.558	-0,7
Sicilia	4.835	-0,4
Sardegna	1.898	-2,2
<b>Italia</b>	<b>44.785</b>	<b>-2,3</b>

**N**on c'è nessuna sorpresa per quanto riguarda il piccolo commercio: pochi i settori che non hanno sofferto la crisi, che detto per il dettaglio di piccola superficie significa spesso chiusure. E non sfuggono alla legge del periodo difficile – mettendo in evidenza una riduzione dei punti di vendita specifici – neppure i negozi di ferramenta, vernici e materiali da costruzione che – come sottolinea il rapporto – “risentono fortemente della concorrenza delle grandi superfici specializzate”. Detto questo arrivano, però, le note di rilievo. L'ufficio studi di Confcommercio ha inteso indagare sugli impatti della progressiva liberalizzazione del commercio portata avanti negli ultimi anni dai governi, rispetto ai negozi di prossimità e alla loro capacità di portare avanti il business tradizionale e consolidato. Viene messo in risalto il fatto che le conseguenze delle liberalizzazioni (per esempio i provvedimenti in tema di orari e giornate di apertura: decreto Salva Italia del 2011) non sono sempre uguali, ma “sembrano variare grandemente in funzione della fase ciclica del sistema economico al quale vengono applicate”.

Se, cioè, vengono lanciati certi provvedimenti che favoriscono (sulla carta) la competizione fra formule commerciali differenti in periodi di estrema difficoltà dell'economia del mercato, allora questo livello di concorrenza porta a un effetto distruttivo. Si introducono effetti patologici sul tessuto produttivo che sono in netto contrasto con lo spirito della legge. Questa infatti punta a dare benefici a chi acquista, mentre l'impovertimento eccessivo del pluralismo distributivo riduce fortemente questa prospettiva. La bella idea di rendere più libero il commercio dà vita a un circolo virtuoso quando l'economia è in fase di espansione; se invece la gara viene aperta in un periodo di vacche magre diventa un autogol clamoroso. E nel 2011 le vacche



erano ancora magrissime.

Fra i rappresentanti istituzionali del commercio di grande superficie non manca ovviamente chi suggerisce di computare alla crisi dei consumi la difficoltà di sopravvivenza di tanti esercizi commerciali, sottraendo a responsabilità dirette le catene della Gss e della Gdo. Sarebbe la contrazione del fatturato totale a ridurre la numerosità dei piccoli dettaglianti. Lo studio di Confcommercio riporta che nel periodo 1997-2013 la mortalità dei piccoli negozi esiste in relazione alla riduzione dei consumi, ma anche che essa viene accelerata di fronte al crescere di fatturato delle grandi superfici. E dal momento che i danni prodotti dalla desertificazione commerciale delle zone urbane del Paese possono poi essere troppo costosi da recuperare (il più delle volte dietro la cessazione di attività c'è la dispersione del know how specializzato plurigenerazionale di carattere familiare), appare secondo l'associazione opportuno prevenire la fase di aggravamento del fenomeno. E occorre agire subito, perché date le ristrettezze del mercato, lo scenario meno allettante ha tutte le probabilità di verificarsi.

Agire sì, ma come? È ancora Confcommercio a venire in soccorso. Bisogna schierarsi compatti a difendere il ruolo primario degli enti locali in materia di regolamentazione del commercio. Questo perché è senza tema di smentita il legislatore del territorio quello che ha il polso delle reali preferenze e necessità dei consumatori in loco ed è, quindi, nella posizione migliore per valutare quanta parte di liberalizzazione destinare al mercato del territorio senza comprometterne gli equilibri. "Struttura orografica, modalità di aggregazione della popolazione, preferenze, tradizioni, usanze e relazioni economiche fra i target possono ben richiedere flessibilità e regolamentazioni diverse tra territori e comunità differenti". Senza che questo metta in pericolo i principi generali della concorrenza.

## L'andamento per regioni

	Numero di ferramenta per ogni 100 abitanti	Variazione assoluta 2010-2012
Piemonte	63	-3
V. D'Aosta	86	-2
Lombardia	39	-2
Liguria	73	-2
Veneto	55	-3
Trentino	48	-2
Friuli	50	-2
Emilia	56	-2
Toscana	68	-4
Umbria	78	-2
Marche	68	-2
Lazio	79	-2
Abruzzo	92	-3
Molise	105	2
Campania	93	-2
Puglia	94	-1
Basilicata	125	2
Calabria	131	0
Sicilia	97	0
Sardegna	116	-2



# LAVOR



## PRODUCE PER TE...



- Per ciascuna applicazione LAVOR crea il prodotto più adatto per massimizzare il risultato e diminuire lo sforzo: **idropultrici, aspiratori, lavasuperfici a vapore e spazzatrici.**

- Robustezza, affidabilità e sicurezza dei materiali impiegati.
- Qualità costruttiva dei prodotti garantita dal **MADE IN ITALY.**
- Dai lavori domestici al bricolage, LAVOR propone la soluzione più adatta ad ogni esigenza di pulizia.
- Soluzioni tecnologiche appositamente studiate per garantire facilità di utilizzo estrema funzionalità e versatilità.



Servizio di assistenza Post Vendita **direttamente a domicilio**

Saremo presenti a



Colonia  
9-12 marzo 2014  
Hall 04.1 - Stand E095



Guarda i video sul nostro canale  
[www.youtube.com/LAVORTV](http://www.youtube.com/LAVORTV)



**LAVORWASH S.p.A.** via J.F.Kennedy, 12 - 46020 Pegognaga (MN) Italy  
Tel +39 0376 55431 Fax +39 0376 554392  
e-mail: [info@lavorwash.it](mailto:info@lavorwash.it) web site: [www.lavorwash.com](http://www.lavorwash.com)



## *(Parte prima – gli aspetti tecnici)*



di Paolo Barracano  
INTEMPRA

**O**ttimizzare un sito per migliorare il suo posizionamento tra i risultati di un motore di ricerca significa condizionare i contenuti in esso presenti, in modo tale che possano corrispondere il più esattamente possibile alle frasi o alle parole chiave digitate dagli utenti nelle loro ricerche. Non bisogna dimenticare che il motore di ricerca offre i suoi servizi agli utenti che effettuano la ricerca, e non a coloro i quali vogliono essere ricercati: fondamentale attività di base dell'ottimizzazi-

ne allora, non è solo definire le parole chiave che individuano cosa vuole o può offrire l'azienda, bensì quelle che ha in mente l'utente, obiettivo dell'azienda, quando effettua la ricerca. Per questa ragione i motori di ricerca migliorano ed evolvono costantemente sia il loro sistema di monitoraggio dei siti web, per elaborare analisi sempre più precise sulla attinenza, attendibilità, qualità, utilità ed aggiornamento delle informazioni in essi presenti, sia il sistema di monitoraggio delle attività degli utenti, per comprenderne le preferenze, abitudini e le



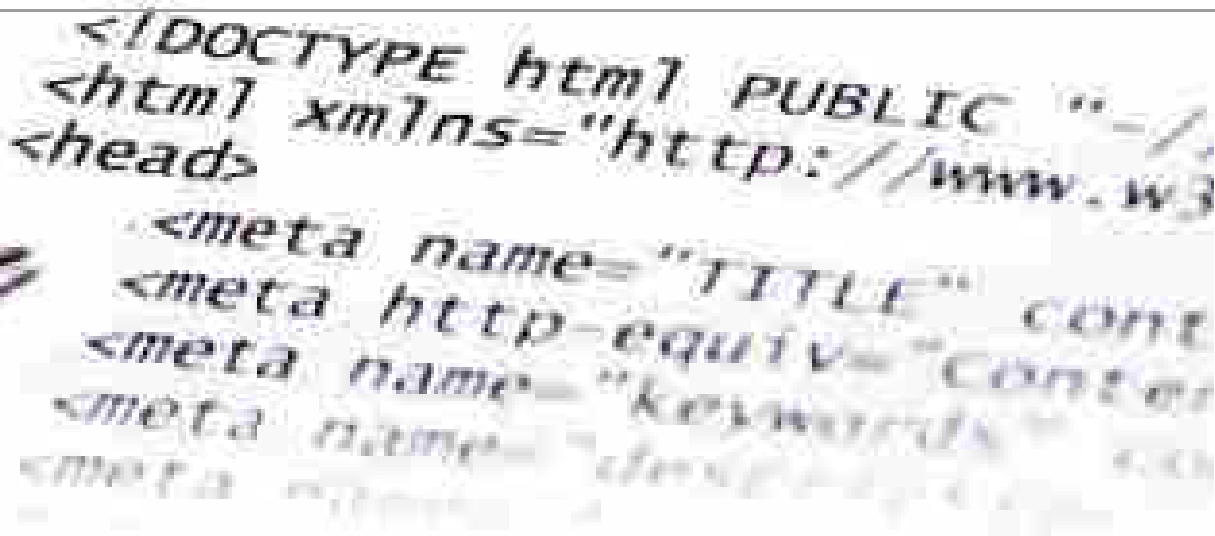
**SEO è l'insieme delle attività e dei processi finalizzati ad aumentare e migliorare la cosiddetta 'visibilità' del nostro sito web nei risultati di un qualsiasi motore di ricerca (es.: Google). Vi proponiamo due articoli consecutivi, attraverso i quali esplorare questa attività di marketing strategica e insostituibile.**

modalità di ricerca per fornire loro risultati sempre più soddisfacenti.

#### **DUE FASI**

Il lavoro di ottimizzazione di un sito si può suddividere in due fasi: una tecnica ed una di definizione dei contenuti. La prima fase deve ottemperare a tutte le esigenze formali e tecniche richieste esplicitamente dai motori di ricerca affinché siti e pagine siano perfettamente analizzabili. La seconda è incentrata nella realizzazione delle informazioni

presenti nei siti, perché siano "attinenti, utili, leggibili ed interessanti" per gli utenti. La prima fase di ottimizzazione è di competenza dell'azienda o del professionista che realizza o ottimizza il sito, anche perché interviene sul codice delle pagine; la seconda fase invece può essere effettuata direttamente dal proprietario o da chi gestisce il sito. Inoltre, è da considerare che, ufficialmente, i motori di ricerca, e Google in particolare, non hanno mai diffuso pubblicamente le regole e i parametri alla base dei loro "algoritmi di analisi e indicizzazione" dei siti internet,



ma si sono limitati a fornire una base di informazioni e di consigli su come creare e gestire tecnicamente una pagina.

## FONDAMENTALI PER L'OTTIMIZZAZIONE

Il posizionamento di un sito (tra i primi risultati della ricerca) dipende da un mix di parametri, interni ed esterni al sito, che insieme contribuiscono a generare la posizione di priorità. Di seguito riepiloghiamo alcuni tra gli aspetti basilari, spiegandone in modo sintetico caratteristiche e funzionalità.

- **Congruenza tra le parole chiave** usate dagli utenti nelle ricerche e i contenuti del sito. I testi delle pagine presenti nel sito devono espressamente contenere le frasi e le parole che verranno ricercate dagli utenti.
- **Presenza delle keywords obiettivo**, in tutti i metatags. I metatags sono aree tecnico/descrittive del codice html di una pagina, cruciali per identificare gli argomenti trattati nella pagina/sito per l'analisi e la classificazione dei motori di ricerca.
- **Accessibilità del sito in conformità agli standard W3C**. Il sito internet deve essere realizzato in un codice html rigoroso, corrispondente agli standard di qualità ed accessibilità dei siti internet definiti dal W3C ([www.w3c.it](http://www.w3c.it)), che, ad esempio, obbligano la chiara distinzione tra codice, contenuti testuali e stili grafici, rendendo l'attività di analisi e valutazione del sito immediata e più efficace.
- **Interfacciamento del sito** con gli strumenti di utilità del motore di ricerca e con i social network. Il collegamento del sito con le statistiche, gli strumenti di analisi, le mappe etc. fornisce al motore di ricerca migliori informazioni per l'analisi del suo posizionamento.
- **Età di un sito**. Maggiore è il numero di anni di presenza costante sulla rete, migliore è l'indice di posizionamento che il motore di ricerca conferirà allo stesso.

• **Frequenza di aggiornamento dei contenuti**. Maggiori sono il numero e la frequenza di modifiche ed aggiornamenti dei contenuti del sito, migliore sarà l'indice di valutazione del motore di ricerca.

• **Numero di siti che presentano collegamenti** (link) al sito internet. Quanto più è elevato il numero di collegamenti al nostro sito, quanto più sarà giudicato conosciuto (si provi ad immaginare il potere della funzione "condividi" o "mi piace" sui social network).

• **Velocità di risposta del sito**. Più potente è il server sul quale risiede il sito e maggiore è la "banda" in uscita, migliore è la qualità recepita dall'analisi.

## GOOGLE PANDA E PENGUIN

Fino all'anno 2011 per ottimizzare un sito era sufficiente essere a posto con questi aspetti tecnici e si poteva giocare la propria partita su un campo più o meno uguale per tutti: "il motore di ricerca offre a tutti gli utenti lo stesso schema di risultati". Poi, con l'aumentare

del numero di pagine e siti internet tra i risultati delle ricerche, Google (e tutti gli altri motori di ricerca a seguire) ha deciso di trasformare radicalmente il proprio algoritmo di analisi, adottando le tecnologie del web semantico per analizzare la qualità delle informazioni presenti nei siti e per cercare di contestualizzare e profilare l'utente che effettua la ricerca, offrendo risultati personalizzati sulla base delle preferenze dell'utente.

Nel 2011 Google ha ufficializzato l'algoritmo di nome Panda, il cui compito è l'analisi della qualità delle informazioni presenti nelle pagine, e l'algoritmo di nome Penguin il cui compito è la punizione dei "furbetti" che utilizzano i "trucchetti della vecchia scuola" per cercare di forzare il posizionamento.

Con questi radicali aggiornamenti, l'attività di ottimizzazione si è sempre più concentrata su come migliorare costantemente i contenuti e le informazioni. Nel prossimo numero affronteremo in dettaglio proprio questo aspetto dell'ottimizzazione con esempi pratici e consigli da mettere in atto autonomamente sul proprio sito internet.



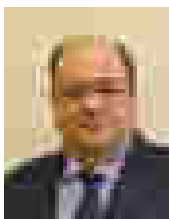
punte per pietre e graniti  
punte per metallo  
punte per martelli elettro-pneumatici  
punte per legno  
accessori per trapano  
frese a tazza - cesoie - forbici



[www.ecef.it](http://www.ecef.it)

**ECEF**  
VELOCITÀ & CONTROLLO

Via G. Di Vittorio 33/24 - 20068 Peschiera B. (MI) - ITALY  
Tel. +39 02 5475111 r.a. - Fax +39 02 67386221 - [info@ecef.it](mailto:info@ecef.it)



**Walter Silvano**  
Amministratore  
unico dello Studio  
Mario Silvano.

# Adattabile, *Come un camaleonte*

**Così bisogna essere, parola di venditore! Perché per affrontare questo mestiere con energia e determinazione, avere successo ed essere soddisfatti, bisogna sapersi adattare, e in fretta.**

**L**a vendita è un'attività con un certo numero di impegni e difficoltà che su un professionista della vendita hanno una risonanza psicologica. Vediamo quali.

- A volte l'isolamento e/o il mancato sostegno della famiglia, perché la professione del venditore non ha un'immagine tradizionalmente prestigiosa.
- La lontananza della sede e dalla direzione vendite dell'azienda. Che produce la sensazione di essere il protagonista del film *Balla con i lupi*, dove la solitudine non aiuta a creare pensieri e convinzioni positivi.
- I tanti chilometri da percorrere in auto, che creano un "dialogo interno" che a volte influisce sulla propria motivazione a dare il massimo.
- Il dover essere sempre propositivo, le difficoltà generate da fattori congiunturali non controllabili e situazioni da risolvere

dove le relazioni personali con il cliente diventano complesse (reclami).

- Il rischio di scoraggiamento per i comportamenti della concorrenza non sempre ortodossi con conseguenza di un ribasso dei ricavi dovuto alle difficoltà congiunturali.
- Le serie nere di trattative fallite con calo della cifra d'affari.
- Le relazioni a volte difficili con alcuni clienti con cui non si riesce a creare il giusto feeling, nonostante gli sforzi e le fatiche.

In questo scenario di mercato soggettivo, qual è allora il comportamento che deve tenere un venditore per farsi apprezzare e continuare a ottenere dei soddisfacenti risultati di vendita? Quale potenzialità, a volte soffocata, deve sviluppare per gestire le diverse situazioni e adeguarsi a ciascuna di esse in modo efficiente?

Cosa si vuole proporre quando si suggerisce di avere le caratteristiche del venditore camaleonte?





## ADATTABILITÀ

Sicuramente la prima qualità è quella di sapersi adattare sia in termini di argomentazioni di vendita che di comportamenti relazionali. Ai cambiamenti di mercato.

## COMBATTIVITÀ

Il venditore combattivo che non demorde, sfrutta le difficoltà utilizzandole come stimoli per continuare la sua azione positiva di vendita.

## CREATIVITÀ

Quasi mai dal cliente avviene quello che si è immaginato prima di entrare. Spesso il venditore deve cambiare all'istante la strategia sia in termini di argomentazioni che di comportamento. Occorre perciò dare prova di immaginazione e di flessibilità a "cambiare marcia".

## ESPERIENZA

Il venditore di oggi deve essere sempre più esperto dei problemi del suo cliente. La sua competenza l'ha acquisita attraverso l'esperienza "sul campo" utilizzando per analogia le soluzioni che trova quotidianamente con i suoi clienti.

## FRUSTRAZIONE

Ovviamente capacità di resistervi. La frustrazione è il frutto dell'aggressione quasi permanente subita dal venditore di fronte ai suoi clienti che dicono più spesso "no grazie" anche solo per ottenere qualcosa dal venditore. Bisogna evitare, perciò, il danno delle molteplici occasioni di sentirsi frustrato.

## INTELLIGENZA (SOCIALE)

Per convincere il cliente occorre comprenderlo, mettersi nei "suoi panni" senza per questo aderire a tutti i suoi punti di vista ma comprendendone le sue esitazioni con il rischio di perdere la vendita.

## PRODUTTIVITÀ

Non serve realizzare una cifra d'affari se il suo costo d'acquisizione è proibitivo. Il venditore deve essere attento a realizzare nuove e migliori performance di vendita, che suppone organizzazione, metodica nell'azione di vendita, buona gestione del tempo, capacità di analisi dei risultati ed eventualmente capacità di riorientare l'azione di vendita.

## TENACIA

Propensione a non smettere di lottare. È questa una delle qualità prioritarie dei grandi venditori, che non smettono di tentare al di là dei primi contatti.

## FASCINO

Si dice che una personalità affascinante emani calore umano, dinamismo, entusiasmo, fiducia in sé, gusto di convincere; questo aspetto si lega a considerazioni di autostima personale.

## REATTIVITÀ

È la capacità di difendere le situazioni acquisite dal cliente, con la capacità di reagire molto rapidamente per affrontare o esplorare una nuova situazione che si presenta.

## STRATEGIA

I venditori devono comprendere e decodificare le strategie commerciali della propria azienda sul proprio territorio per meglio applicare, cliente per cliente, l'offerta migliore.

## STRESS

Il venditore si confronta permanentemente con lo stress, sia esso positivo o negativo. Stress del cliente che esita, ma anche il proprio stress, la paura di non raggiungere l'obiettivo o lo stress della gerarchia sovrastante! E la buona gestione di questo stress assicura un buon equilibrio personale.

## VIGILANZA

Il venditore è in una posizione privilegiata per osservare l'evoluzione dei bisogni, della mentalità dei clienti, delle strategie, delle offerte dei concorrenti. Una vera vigilanza comporta la trasmissione rapida delle informazioni, che possono essere determinanti per la propria azienda.

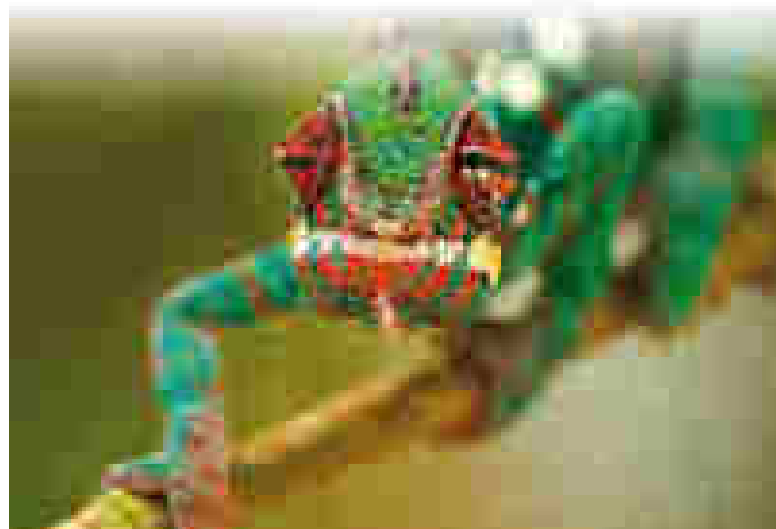
## COMUNICATIVITÀ

Se il venditore ascolta, è in grado di condurre l'intervista, di usare le parole giuste e rispondere a proposito. La facilità verbale e l'entusiasmo restano qualità primarie del venditore.

### **A questo punto nasce spontanea la domanda: si nasce o si diventa, dei venditori camaleonti?**

Una buona predisposizione iniziale certamente facilita, ma è forte la profonda convinzione che in ognuno di noi si nasconda un campione della vendita, che forse ha bisogno di un buon allenatore per rendere forti le caratteristiche del venditore – camaleonte.

Fate una vostra autoanalisi su quelli che ritenete esse i vostri punti di forza e/o quelli che dovrete migliorare.



# GOODYEAR

Goodyear  
si occupa della  
tua sicurezza "a 360°"

NEW



## Occhiali protettivi e cuffie antirumore

Ariete Group Vi presenta i nuovi prodotti nella sicurezza firmata Goodyear.

Una delle novità sono gli occhiali protettivi ergonomici, dallo stile accattivante e dal design innovativo,

nelle versioni a mascherina, a lenti semplici, con ripari laterali e lenti colorate.

Ottimo comfort e perfetta aderenza senza influire sulla comodità del dispositivo.

Perfetti per proteggere il lavoratore in ogni situazione lavorativa.

La seconda novità riguarda le cuffie antirumore, dalle elevate prestazioni e dall'eccellente design.

Ottimi livelli di attenuazione del rumore, molto leggere, dall'ottimo comfort e dalla perfetta adattabilità in ogni lavoro dove viene richiesto l'utilizzo.

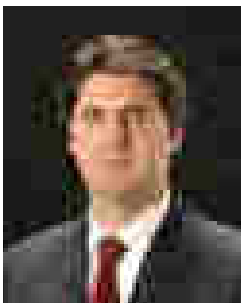
Scegli il modello più consono alle tue esigenze.



ARIETE GROUP S.p.A  
Via delle Querce n.8, Z.I. Fenilrosso 46019 VIADANA (MN) ITALY  
Tel. 0039 0375 820500 - Fax. 0039 0375 820501  
www.ariete-group.com - info@ariete-group.it

# Vendite e livello di servizio

**Ogni ferramenta dettagliante, ingrosso o azienda di produzione, indipendentemente dalle dimensioni, vorrebbe ottenere il miglior equilibrio tra il livello di servizio erogato e la consistenza di magazzino (intesa come numero di prodotti gestiti in assortimento e valore di capitale economico impiegato per le scorte di magazzino).**



**di Gian Paolo Guerrini**  
Managing director

**L**e difficoltà nel raggiungere il giusto compromesso tra queste due dimensioni, derivano da diversi fattori: numero elevato di articoli in assortimento, e difficoltà nel riuscire a interpretarne velocemente i trend di vendita; vendita di articoli stagionali; campagne promozionali non sempre sincronizzate con la fase di approvvigionamento; mancanza di tempo da dedicare al controllo di alcuni parametri chiave del magazzino.

Per arrivare al miglior rapporto tra capitale economico di magazzino e livello di servizio erogato, occorre dare importanza al processo di approvvigionamento, non semplicemente come gestione delle proposte d'ordine in funzione di un sotto scorta, ma come processo più dinamico e strategico nel quale considerare parametri spesso trascurati e/o più coerenti per raggiungere gli obiettivi prefissati. Se il modello di approvvigionamento è simile a uno dei punti sotto elencati, i margini di

miglioramento sono ancora notevoli.

- Ordinate il materiale basandovi sul controllo visivo del magazzino.
- Il riordino dei materiali si basa sul concetto di scorta minima e massima impostata nel gestionale.
- Il sistema informativo ragiona su logiche di giorni di copertura del prodotto basato sullo storico del venduto.
- Aggiornate i dati di scorta minima non in maniera dinamica ma poche volte in un anno.
- Non utilizzate il tempo di consegna sui prodotti per la elaborazione delle proposte d'ordine.
- Non vengono considerate previsioni di vendita, e/o logiche di articolo stagionale, scorte di sicurezza in funzione del livello di servizio, convenienza per lotto economico su prodotti ad alti costi di gestione e mantenimento.

**Di seguito, alcuni concetti base** per impostare un modello di gestione delle scorte, che garantisca un ottimo livello di servizio e di rendimento. **Una buona**



**metodologia dovrebbe:**

**Permettere di sfruttare al meglio il lead time** (tempo di consegna dei fornitori): per ogni articolo di prodotto gestito in assortimento deve essere inserito il tempo di consegna del fornitore aggiungendo in più il tempo necessario per renderlo disponibile a scaffale, quindi calcolando il tempo complessivo dall'emissione dell'ordine alla disponibilità su scaffale. Tale tempo inserito in anagrafica articoli sarà fondamentale per sfruttare al meglio il servizio del fornitore.

**Definire la quantità che dovrei avere a scaffale in maniera dinamica, per garantire il giusto livello di servizio correlato al reale trend di vendita.** Per questo il controllo visivo, la scorta minima e massima che spesso vengono inseriti nei gestionali, non possono funzionare in quanto sono parametri fissi che non tengono conto delle dinamiche reali in essere di un prodotto.

Algoritmi matematici studiati proprio per evitare questa problematica **sono oggi implementati in strumenti che si affiancano ai gestionali** e permettono di introdurre dei

calcoli dinamici nella fase dell'elaborazione delle proposte di acquisto. In questo caso viene calcolato il **livello ottimale di scorta (LOS) su ogni articolo**. Questo **calcolo dinamico** tiene in considerazione la giusta quantità che si dovrebbe tenere a magazzino basandosi sul trend di vendite storico più una **scorta di sicurezza** che permette di garantire una copertura aggiuntiva utile per assorbire problemi di consegna temporanei di un fornitore oppure, leggeri picchi di vendite aggiuntive. Questi modelli di calcolo potranno ridurre di molto rotture di stock di materiale a magazzino, oltre a ridurre mediamente da un 25%-40% la consistenza dello stesso.

**Anticipare i trend con le previsioni di vendita:** che oggi possono essere calcolate con degli algoritmi matematici detti **motori predittivi o neurali**. Gli algoritmi in base allo storico di vendita, riescono a intercettare le dinamiche di vendita in anticipo aumentando o diminuendo le quantità di un prodotto, ma soprattutto interpretando diversi modelli di vendita: **stagionale, intermittenza, casuale, promozioni**. Diversi motori predittivi calcoleranno



no le quantità previste di vendita su ogni articolo dei mesi successivi alla data di elaborazione. Queste quantità previste verranno utilizzate per il calcolo del **livello ottimale di scorta**. In questo modo si potranno ottimizzare le scorte coerentemente con l'andamento reale delle vendite, ottimizzando il risultato economico e finanziario dell'azienda.

**Definire il modello di acquisto in base alla tipologia del prodotto:** oggi si possono impiegare algoritmi matematici diversi per il calcolo delle quantità corrette da ordinare. Un esempio di modello è la gestione delle scorte sul principio di lotto economico (che definisce la quantità ottimale di acquisto in modo da minimizzare la somma dei costi di approvvigionamento, e dei costi di mantenimento a magazzino) o su modelli che sfruttino al meglio il tempo di consegna dei fornitori sul concetto di tempo fisso e quantità variabile (TFQV).

**Fornire una visione strategica dell'assortimento/magazzino:** la frammentazione dei dati nei gestionali, o la mancanza di chiara identificazione dei criteri

di misurazione, può incidere in maniera significativa nella definizione delle strategie in acquisto e vendita. La creazione di cruscotti statistici che inquadrino con una visione d'insieme il rendimento del magazzino, permettono di evidenziare velocemente azioni correttive da svolgere nella operatività quotidiana.

Occorre per questo introdurre misurazioni quali: il livello del servizio, analisi delle vendite potenziali per se, previsioni di rotture di stock, indici di redditività sul singolo articolo per famiglia di prodotto, analisi del rendimento delle speculazioni, indici di rotazione e marginalità di prodotto, famiglia, fornitore.

Oggi, si può migliorare il livello di servizio attraverso una corretta impostazione delle informazioni e l'utilizzo di modelli matematici studiati specificatamente. Un passaggio chiave per diventare un negozio o azienda di successo è passare **da una gestione degli ordini (spesso in reazione al fabbisogno), ad una gestione strategica delle scorte di magazzino**. Per chi desideri ricevere ulteriori informazioni sui temi trattati: [gianguerrini@buildingthefuture.it](mailto:gianguerrini@buildingthefuture.it)

# GOODYEAR

## Goodyear sempre in sicurezza

### WORK GLOVES una soluzione per ogni tipologia di lavoro.

Ariete Group Vi presenta il nuovo guanto Goodyear in schiuma di lattice disponibile in vari colori.

Ottimo grip grazie al palmo sagomato, dorso aerato e supporto in filo continuo senza cuciture.

Il filato è molto aderente, elasticizzato garantendo un'ottima sensibilità.

Buona resistenza all'abrasione e allo strappo;

Adatto nel settore industriale, edile, agricolo e meccanico.

Tutti i nostri prodotti sono garantiti e certificati.



ARIETE GROUP S.p.A  
Via delle Querce n.8, Z.I. Fenilrosso 46019 VIADANA (MN) ITALY  
Tel. 0039 0375 820500 - Fax. 0039 0375 820501  
www.ariete-group.com - info@ariete-group.it



**Ersi è un'associazione che svolge la propria attività sul territorio italiano, con proprio statuto, regolamento, codice etico e organizzazione interna. Ha una struttura che garantisce il funzionamento dell'associazione e la rappresentatività degli associati. Ed è nata da un grande amore: quello per le serrature. Ieri oggi e domani: facciamo il punto della situazione con **Rocco Fusillo**, che di Ersi è il presidente.**

## 30

**maggio del 1975** Harry Miller, proprietario e general manager della Sargent & Greenleaf, e Jaques Peyronnet, consulente e ispettore europeo della stessa azienda, propongono a un piccolo gruppo di serraturieri entusiasti alla fine del primo corso di manipolazione tenutosi in Italia, di continuare ad incontrarsi periodicamente. Quel giorno nasce TCC Italia "True Center Club Italia", nello stile dei Locksmiths americani. A quei ventisette fondatori, se ne uniscono presto altri: serraturieri, distributori, costruttori, accomunati dalla stessa forte passione per le serrature. Per dieci anni quel piccolo gruppo organizza incontri periodici, per confrontarsi, discutere, e imparare. Nel tempo però diventa sempre più forte l'esigenza di andare oltre, di creare un'aggregazione ampia e forte, capace di



# Innamorati delle serrature

creare legami solidi con realtà internazionali, e attraverso la quale continuare il lavoro di studio e confronto sulle serrature, e mettere a disposizione di altri quanto fatto e appreso. Così, il 30 aprile 1985 nasce l'associazione Ersi. Impegno prioritario: portare all'associazione le loro competenze e capacità, nel rispetto di un codice etico che preveda riservatezza, serietà e onestà professionale.

Di anni ne son passati quasi trenta. Molto è cambiato, dentro e fuori l'associazione. Ma i principi che hanno mosso quei primi fondatori, sono rimasti li stessi. E oggi, cosa si devono aspettare i soci di Ersi? Per fare il punto della situazione, abbiamo incontrato Rocco Fusillo, attuale presidente dell'associazione.

**iFerr: Senta Fusillo, partiamo dalle fondamenta: ma le pare plausibile che tutto abbia avuto inizio dall'amore per le serrature?**

**R.F.:** Non solo plausibile, ma è proprio la verità. Questa passione per le serrature, per le chiusure in genere, è un elemento che ci lega ancora oggi. Può sembrare strano, ma è così.

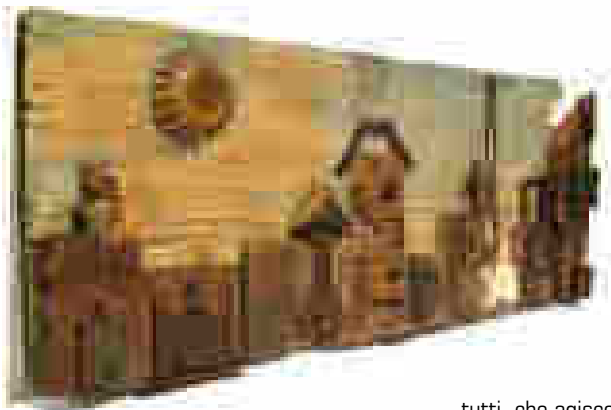
**iFerr: Una passione che si traduce in...?**

**R.F.:** In un'associazione che vuole o opera nel campo delle serrature e rifirme in genere e di tutte le loro applicazioni, effettuando su piano professionale studi, ricerche, acquisizione e classificazione di notizie e dati. Per poi mettere a disposizione dei soci, e degli utenti finali, i risultati. Tutto questo attraverso il contributo di

## MA COME FUNZIONA?

L'attività associativa di ERSI si svolge attraverso le assemblee plenarie, gli incontri delle commissioni tecniche di lavoro e gli incontri formativi riservati, durante i quali i partecipanti possono scambiarsi informazioni sulle problematiche del settore, sui punti di forza e di debolezza delle serrature, sulle novità tecniche. Negli ultimi anni l'attività Ersi si è arricchita della commissione definita capitolo Serraturieri, della quale fanno parte i tecnici, che a richiesta sono disponibili per prestare con professionalità ed esperienza opera di interventi, installazioni, stime, consulenze e consigli. ERSI partecipa ormai da anni alle attività di ELF, European Locksmith Federation, che riunisce le associazioni dei serraturieri di diversi paesi europei.





tutti, che agiscono e si muovono solo a titolo volontario, per passione, appunto, e non per lucro.

**iFerr:** Ad oggi esistono anche vere e proprie attività di qualificazione professionale, in seno all'associazione?

**R.E.:** Certamente. Perché la passione poi va condotta e finalizzata. In associazione sono due le attività prioritarie: la ricerca da un lato, e la formazione dell'altro. L'obiettivo condiviso è di valorizzare le competenze dei soci e a far progredire, sviluppare e perfezionare le tecnologie delle rifirme e delle serrature, e poi naturalmente promuovere, sviluppare e qualificare la formazione degli associati.

**iFerr:** E avete anche la possibilità di testare i prodotti che studiate?

**R.E.:** Sì, l'associazione dispone di un laboratorio di prove per l'apertura di serrature e cilindri con diverse tecniche, dal bumping alla manipolazione. Operiamo sia per Enti di certificazione, che per chiunque voglia sottoporre i propri prodotti

a prove oggettive e incisive. I nostri tecnici sono a disposizione per perizie in caso di furto con o senza scasso e per qualsiasi consulenza tecnica in fase di progettazione, di installazione e di gestione di sistemi di chiusura.

**iFerr:** Senta Fusillo, ma tutte queste informazioni, dove si possono trovare?

**R.E.:** Ad oggi è finalmente in linea il nuovo sito [ersi.it](http://ersi.it). Abbiamo lavorato intensamente a questo strumento di comunicazione informazione e divulgazione. Perché di fatto deve funzionare su tre differenti livelli.

**Accessibile** all'utente finale, perché i consumatori imparino a considerarci punto di riferimento a proposito di trasparenza e professionalità nel mondo della sicurezza.

**Esaustivo** dal punto di vista organizzativo, per dare ai potenziali soci o fruitori dei nostri servizi tutte le informazioni necessarie.

**Completo** di tutte le novità necessarie ai soci che vogliono sapere in tempo reale su tutto ciò che ruota intorno ad Ersi e al nostro comparto.

## ERSI IN CAPITOLI

Gli aspiranti soci, esaminati dalla Commissione di qualifica e controllo, sono indirizzati al capitolo che meglio risponde alle loro caratteristiche professionali o di interesse.

I capitoli Ersi sono:

- 1 Tecniche di apertura**
- 2 Duplicatori**
- 3 Mezziforti**
- 4 Serrature**
- 5 Sistemi elettronici**
- 6 Aziende fabbricanti e distributori**
- 7 Enti ed istituzioni**

Gli appartenenti ai capitoli Tecniche di apertura – Duplicatori – Mezziforti – Serrature formano il più ampio Capitolo Serraturieri, con specifico regolamento.



# SCOPRI LA PROMOZIONE PRIMAVERA

Impianto completo\*:  
10 BBQ + Accessori + Combustibili  
1999,00€ + IVA

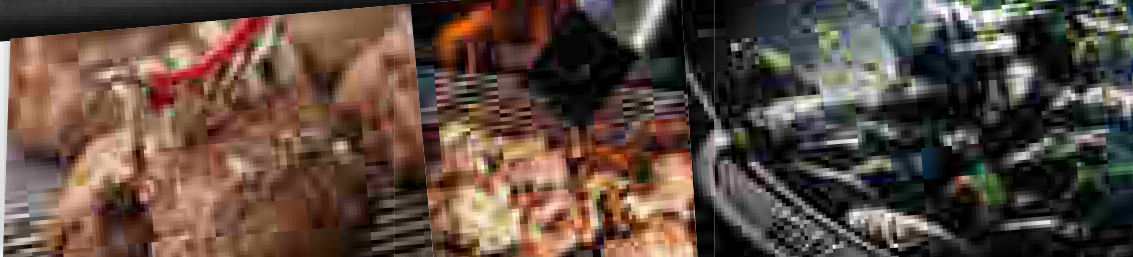
\*

MONTAGGIO BARBECUE,  
CREAZIONE DEL CORNER  
E FORMAZIONE **TUTTO COMPRESO.**  
OFFERTA LIMITATA, VALIDITÀ  
PER ORDINI ENTRO IL 15/02/2014  
E PER CONSEGNA ENTRO  
IL 20/03/2014.



www.favoritastory.com

## WEBER, MOLTO PIÙ DI UN BARBECUE...



Carbone, Gas o Elettrica?  
Scegli l'alimentazione che preferisci.

Un coperchio.  
Quattro metodi di cottura.  
Mille ricette.  
Una collezione di accessori  
ideati per qualsiasi ricetta...  
**Con Weber, l'alta cucina  
si accomoda in giardino.**



Cottura Elettrica



Cottura a Gas



Cottura a Carbone

**GARANZIA**  
**25 ANNI**  
Braciere e coperchio

**Un barbecue Weber  
resterà a lungo con voi.  
Garantiti da 5 a 25 anni,  
i nostri barbecue sono  
modelli di solidità e  
resistenza.**



Accessori



# Occhio alle multe!

**Anche in un negozio di ferramenta possono venire prodotti dei rifiuti speciali e pericolosi (ad esempio l'olio esausto delle auto, le lampadine, le pile, le batterie e così via), il cui smaltimento deve seguire un iter obbligato, regolato da norme, il mancato rispetto delle quali potrebbe provocare, oltre ovviamente all'inquinamento ambientale, il rischio di incorrere in sanzioni pecuniarie e/o penali.**

**G**ran parte della materia in Italia è regolata dal Decreto Legislativo 3 aprile 2006 n. 152 (cosiddetto Testo Unico Ambientale), che è venuto a sostituire la quasi totalità della normativa precedente. Nel corso degli ultimi anni il D.Lgs. 152/06 ha subito diverse modifiche con l'emanazione di decreti successivi che ne hanno modificato definizioni e ambiti di applicazione. Far chiarezza quindi, in un ambito tanto articolato e complesso, non è certo cosa semplice. Noi però ci proviamo, con l'intento preciso di dare alla distribuzione di ferramenta informazioni puntuali e precise a proposito di rifiuti soggetti a regolamentazione, e relativi obblighi del distributore al dettaglio.

## **MUD, FIR E REGISTRO DI CARICO E SCARICO DEI RIFIUTI**

Tanto per cominciare, cerchiamo di intenderci, almeno a parole. La normativa infatti prevede

tutta una serie di strumenti tecnici, a carico dei vari soggetti operanti, che bisogna conoscere. Il D.Lgs. 152/06 (art. 189) prevede che **ogni anno le imprese e gli enti che producono rifiuti pericolosi derivanti da attività di servizio (quindi anche i rivenditori al dettaglio), debbano comunicare alle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura territorialmente competenti, le quantità e le caratteristiche qualitative dei rifiuti speciali prodotti.** Tale comunicazione deve essere effettuata attraverso il **Modello Unico di Dichiarazione ambientale (MUD)**. Chi non effettua la comunicazione oppure la effettua in modo incompleto o inesatto, rischia una sanzione amministrativa pecuniaria. Il **Formulario di Identificazione dei Rifiuti (cosiddetto FIR)** invece è un documento di accompagnamento del trasporto dei rifiuti, effettuato da un trasportatore autorizzato, che contiene tutte le informazioni relative alla tipologia del rifiuto, al produttore, al trasportatore e al destinatario. Deve essere redatto in quattro esemplari, compilato, datato e firmato dal produttore o dal detentore dei



rifiuti e controfirmato dal trasportatore. Le copie del formulario devono essere conservate per cinque anni. Le informazioni contenute nel registro devono essere disponibili in qualunque momento all'autorità di controllo che ne fa richiesta. Gli obblighi di tenuta e compilazione di FIR, MUD e Registro di carico e scarico dei rifiuti sono destinati ad essere sostituiti (ma non del tutto) dall'obbligo di inserire i rispettivi dati nel nuovo **Sistema di controllo della Tracciabilità dei Rifiuti, il cosiddetto SISTRI**.

## IL SISTRI

È stato con il Decreto Ministeriale 17/12/2009 che il sistema di gestione dei rifiuti speciali ha subito un rilevante cambiamento nella metodologia di tracciabilità degli stessi; è stato infatti introdotto il **SISTRI (Sistema di Controllo della Tracciabilità dei Rifiuti - [www.sistri.it/](http://www.sistri.it/))** un sistema elettronico che consente la tracciabilità dell'intera filiera dei rifiuti speciali, nonché dei rifiuti urbani della Regione Campania, sfruttando le più avanzate tecnologie. Nel tempo, questo sistema ha subito numerose modifiche e integrazioni soprattutto in relazione alla data

della sua effettiva operatività, più volte slittata a causa delle difficoltà tecniche sorte. Da marzo 2014 i produttori iniziali di rifiuti speciali pericolosi saranno obbligati al tracciamento telematico SISTRI, e ciò, fino al successivo 1° agosto, insieme ai tradizionali adempimenti cartacei costituiti da registri di carico/scarico e formulario di trasporto rifiuti.

## LA CLASSIFICAZIONE DEI RIFIUTI (CER)

In senso molto generale, i rifiuti vengono classificati (art. 184, comma 1, del D.Lgs. n. 152/2006):

### • secondo l'origine in:

- rifiuti urbani
- rifiuti speciali

### • secondo le caratteristiche di pericolosità in:

- rifiuti non pericolosi
- rifiuti pericolosi

Le varie tipologie di rifiuti sono poi codificate in base all'elenco europeo dei rifiuti, **Codice Europeo dei Rifiuti (CER)** composto da sei cifre, che

li distingue prima per categoria o attività che genera il rifiuto (prima coppia di numeri), poi per processo produttivo che ne ha causato la produzione (seconda coppia di numeri) e infine per le caratteristiche specifiche del rifiuto stesso (ultima coppia di numeri). La pericolosità del rifiuto è indicata da un asterisco (\*) alla fine del codice stesso. Entrando nello specifico di quanto è possibile che venga prodotto da un negozio di ferramenta, soffermiamoci ad analizzare alcune tipologie di rifiuto speciale.

### **LAMPADINE E RAEE**

L'articolo 1 comma 1 del Decreto 8 marzo 2011 n. 65 così recita:

“I distributori (*omissis*), al momento della fornitura di una nuova apparecchiatura elettrica od elettronica, in appresso **RAEE (Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche)**, destinata ad un nucleo domestico assicurano il ritiro gratuito della apparecchiatura che viene sostituita. **I distributori**, compresi coloro che effettuano televendite o vendite elettroniche, **hanno l'obbligo di informare i consumatori sulla gratuità del ritiro, con modalità chiare e di immediata percezione, anche tramite avvisi posti nei locali commerciali con caratteri facilmente**

**leggibili. (*omissis*) Gli acquirenti di elettrodomestici e materiale elettrico ed elettronico** (dalla tv al phon, dal frigo al forno, dal telefonino al computer, dalla radiosveglia alla radiolina portatile e così via) **potranno consegnare gratuitamente le loro apparecchiature usate o non più funzionanti al negozio in cui effettuano il nuovo acquisto.**” In pratica è possibile uno scambio “uno contro uno” con i negozianti, che si assumeranno l'onere del corretto smaltimento

*“Il sistema telematico SISTRI andrà a sostituire quasi del tutto la compilazione cartacea dei documenti per la detenzione e lo smaltimento dei rifiuti speciali”*





dei vecchi elettrodomestici senza costi aggiuntivi per i cittadini.

In questa categoria rientrano anche le sorgenti luminose Led e quelle a risparmio energetico, che una volta esauste, vanno smaltite separatamente. Non devono quindi essere gettate nei rifiuti indifferenziati né tantomeno nella raccolta del vetro, ma vanno buttate negli appositi contenitori presenti nelle isole ecologiche comunali. Non solo, già dalla metà di febbraio **rispondendo alla direttiva europea 2012/19 che introduce il principio riassumibile nella sigla "uno contro zero", i negozi di almeno 400 metri quadrati saranno obbligati al ritiro gratuito per chiunque volesse smaltire apparecchiature di piccole dimensioni (non solamente pc notebook, tablet e simili, ma anche tutti gli altri tipi di elettrodomestici), senza il vincolo di acquisto.** Per ulteriori informazioni, si possono consultare i siti di **Consorzio Ecolight** [www.ecolight.it](http://www.ecolight.it), uno dei maggiori sistemi collettivi per la gestione dei RAEE, e **Consorzio Ecolamp**, [www.ecolamp.it](http://www.ecolamp.it), riferimento per il recupero e il trattamento di apparecchiature di illuminazione.

## OLIO PER AUTO

La commercializzazione di oli lubrificanti è severamente controllata dallo Stato per i seguenti aspetti:

- **conformità fiscale,**
- **misure di sicurezza,**
- **impatto ambientale.**

L'aspetto ambientale è dovuto al fatto che i derivati petroliferi sono sostanze inquinanti, per cui esiste un apparato normativo per la tutela ambientale che si occupa in modo specifico dei lubrificanti (consorzio obbligatorio degli olii usati).

I Vigili del Fuoco devono sempre essere messi a conoscenza dell'esistenza di un deposito, per quanto piccolo, e pertanto il C.P.I. (Certificato Prevenzione Incendi) VV.FF è indispensabile per qualsiasi attività del settore.

I depositi e le industrie pericolose sono soggette a visite e a controlli di prevenzione incendi da comando Provinciale dei Vigili del Fuoco.

Effettuato il controllo ed accertata la rispondenza degli impianti alle prescrizioni di sicurezza, viene rilasciato il C.P.I. con la seguente validità:

1. per capacità da 500 Kg. a 22 Tons. Periodicità



*“Il servizio di raccolta del COOU  
(consorzio obbligatorio degli oli  
usati) è gratuito per i produttori  
di lubrificanti non inquinati  
da altre sostanze”*

della visita 6 anni;

2. per capacità superiori a 22 Tons. Periodicità della visita 3 anni. Chi omette di chiedere il rilascio o il rinnovo del C.P.I. è punito con ammenda da euro 250,00 a euro 2.500,00. Deposito fino a 500 Kg. in questo caso non è necessaria la denuncia al U.T.F. (Ufficio tecnico Finanza) di zona ma occorrerà il certificato di prevenzione dei Vigili del Fuoco, la licenza di vendita e l'iscrizione alla Camera di Commercio.

**Chi effettua la sostituzione del lubrificante** deve avere inoltre un contenitore per lo stoccaggio dell'olio usato e tenere un registro (carico/scarico rifiuti) vidimato dalla CCIAA di competenza.

**Chi non effettua la sostituzione del lubrificante** è tenuto ad esporre una targa, ben visibile che inviti gli acquirenti a non disfarsi dell'olio usato nell'ambiente, ma di consegnarlo al raccoglitore di zona autorizzato.

Se in seguito a controllo si riscontra il superamento dei quantitativi previsti di olio stoccato, viene applicata la sanzione amministrativa da 250,00 euro a 1.500,00 euro (D.L. n° 504). L'eventuale presenza di carburanti (benzine, gasoli, petroli e G.P.L) fanno cumulo sulla capacità totale del deposito.

Devono comunque essere tenuti a disposizione della



# OCCHIO AL TEMPO!



[WWW.OROLOGISTOCK.COM](http://WWW.OROLOGISTOCK.COM)

- SCONTI FINO AL 90% SULL'ACQUISTO DI OROLOGI DI PRESTIGIO
- CONSEGNA GRATUITA IN TUTTA ITALIA
- TUTTE LE GRANDI MARCHE A PREZZI IMBATTIBILI
- SOLO PER AZIENDE E LIBERI PROFESSIONISTI CON PARTITA IVA.

IMORELLATO  
Bianchi da vicino



SECTOR  
WATCHES

K  
KENZLE  
1992

HAMILTON

D&G  
TIME



PRYNGEPS  
MILANO 1956

CHRONO  
BY HUGO BOSS

GUESS  
BY HUGO BOSS

Barbie

♥ SWEET HEARTS



NAUTICA  
WATCHES

BREIL  
TRADE

clientela un recipiente per lo stoccaggio dell'olio usato ed un registro vidimato dalla CCIAA di competenza per la contabilizzazione del carico e dello scarico dell'olio esausto. Per la Corte di Cassazione infatti (**sentenza 23864/2011**), **il rivenditore che non effettua la sostituzione dell'olio è comunque obbligato a mettere a disposizione degli utenti un recipiente atto allo stoccaggio**

Il **Consorzio Obbligatorio degli Oli Usati (COOU)** è il primo ente italiano concepito per attuare una raccolta differenziata dell'olio lubrificante per auto. Chiunque, collegandosi al sito [www.coou.it](http://www.coou.it), può avere informazioni e il recapito del raccogliitore più vicino.

### **PILE STILO E BATTERIE**

Le norme italiane prevedono che le batterie esauste siano considerate a tutti gli effetti dei rifiuti pericolosi e che quindi l'intero ciclo di vita dello smaltimento sia tracciato da parte di chi genera il rifiuto e da chi

lo smaltisce. Eventuali irregolarità sono penalmente perseguibili. La normativa prevede che il **riciclo di pile e accumulatori** avvenga attraverso un **sistema di gestione** simile a quello attivato per i RAEE. Questo sistema è entrato nella sua fase operativa nel 2011. Per il buon funzionamento del sistema, la normativa (Decreto Legislativo 188 /2008) coinvolge diversi attori: i produttori, organizzati in sistemi collettivi, i distributori, i centri di Raccolta e ovviamente i cittadini. **I Sistemi Collettivi** sono in genere senza fini di lucro ed hanno il compito primario di **gestire il ritiro, il trasporto, il trattamento ed il recupero dei rifiuti di pile e accumulatori**. In pratica ritirano i rifiuti presso i punti di raccolta (negozi, isole ecologiche comunali, utenti professionali specializzati) li trasportano in impianti specializzati che si occupano del recupero grazie al trattamento del rifiuto nella massima sicurezza e alla trasformazione in materie prime secondarie.

*“La legge chiede ai produttori di raccogliere il 45% dei RAEE immessi sul mercato fino al 2016 per passare poi al 65% nel 2019 tramite il sistema ‘uno contro zero’”*



# LAMPADE A

# LED

Luci per un futuro illuminato.



## Luci per un futuro illuminato.

Le forme morbide, la linea pulita e le ottime prestazioni unite all'esperienza, ormai maturata da Bot Lighting nel campo dei led, ne fanno uscire un prodotto vincente sotto tutti i punti di vista. Economiche nella gestione, con una durata che supera di gran lunga le più performanti lampade compatte a risparmio energetico, le nostre LED si adattano perfettamente a tutte quelle situazioni dove vi sia la necessità di coprire molti punti luce con un'ottima resa luminosa ed un bassissimo assorbimento di energia.

**AIRAM**  
BOT LIGHTING

**SHOT**  
BOT LIGHTING

## **BOT LIGHTING**

Bot Lighting srl - Via Lombardia n 37/39

30030 Cazzago di Pianiga (VE) - Italy

T. +39.041.51.29.411 - F. +39.041.51.01.715

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

**La Distribuzione**, nel caso in cui venda pile e accumulatori, deve assicurare gratuitamente al pubblico la presenza di idonei contenitori per il conferimento dei rifiuti di pile e accumulatori nel proprio punto vendita.

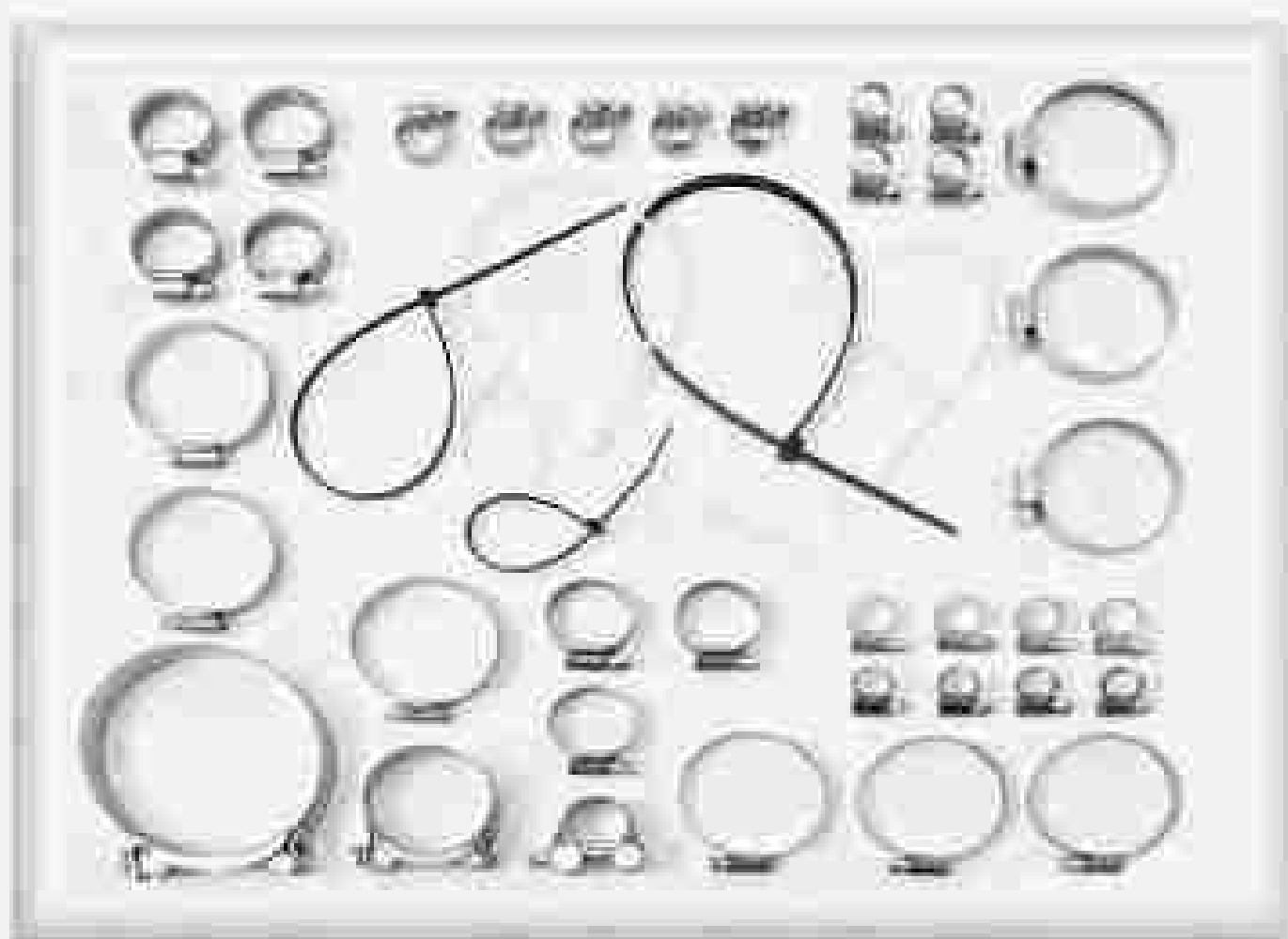
**Cobat, Consorzio Nazionale Raccolta e Riciclo**, [www.cobat.it](http://www.cobat.it), rappresenta da oltre venti anni un sistema di raccolta, trattamento e riciclo di rifiuti di pile e accumulatori.

### **DIVIETI E SANZIONI.**

Sempre in base al D.Lgs 152/06 (artt. 187 e 192) è vietato miscelare rifiuti pericolosi aventi differenti caratteristiche di pericolosità o rifiuti pericolosi con rifiuti non pericolosi. La miscelazione comprende la diluizione di sostanze pericolose. **La violazione del divieto di miscelazione di rifiuti è punita con l'arresto da sei mesi a due anni e con un'ammenda da euro 2.600 a euro 26.000 se si tratta di rifiuti pericolosi.** L'abbandono e il deposito incontrollato di rifiuti sul suolo e nel suolo sono vietati così come è vietata l'immissione

di rifiuti di qualsiasi genere, allo stato solido o liquido, nelle acque superficiali e sotterranee. Chiunque abbandona o deposita rifiuti oppure li immette nelle acque superficiali o sotterranee è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da euro 105 ad euro 620. Se l'abbandono di rifiuti sul suolo riguarda rifiuti non pericolosi e non ingombranti si applica la sanzione amministrativa pecuniaria da euro 25 a euro 155. Inoltre **i titolari di imprese e i responsabili di enti che abbandonano o depositano in modo incontrollato i rifiuti o li immettono nelle acque superficiali o sotterranee sono puniti con la pena dell'arresto da tre mesi a un anno (se si tratta di rifiuti non pericolosi) e da sei mesi a due anni (per i di rifiuti pericolosi) oppure con l'ammenda da euro 2.600 a euro 26.000.** Il D.Lgs 121/2011 estende alle persone giuridiche e alle società e associazioni prive di personalità giuridica la responsabilità per una serie di reati in materia di rifiuti, nonché di violazioni in materia di SISTRI. Le sanzioni previste per le persone giuridiche ritenute





Nuova linea FASCETTE STRINGITUBO 2013

**JUMP IN BLUE**

Richiedi subito la nostra gamma completa.

INECO - Industrial National Cutting Tools S.r.l.  
Via XI Settembre, 1/1  
21081 Calco (CO) Italy  
Tel. +39 039 508828  
Fax +39 039 5274281  
E-mail: [info@ineco.it](mailto:info@ineco.it)



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



*“Chi inquina l'ambiente rischia fino a 6 anni di carcere e una multa di 100.000 euro”*

responsabili sono di tipo interdittivo e pecuniario e consistono in:

- interdizione dall'esercizio dell'attività;
- sospensione o revoca delle autorizzazioni, licenze o concessioni funzionali alla commissione dell'illecito;
- divieto di contrarre con la pubblica amministrazione;
- esclusione da agevolazioni, finanziamenti, contributi o sussidi ed eventuale revoca di quelli concessi;
- divieto di pubblicizzare beni o servizi.

Le sanzioni pecuniarie vanno da un minimo di euro 25.800 a un massimo di euro 1.549.000.

### **NUOVE NORME**

È notizia dello scorso gennaio che la Commissione Giustizia della Camera sta aggiornando il codice con un "pacchetto" di norme che riguardano i reati contro l'ambiente. Ecco, in sintesi, le principali novità in arrivo. Quattro sono i nuovi reati introdotti nel codice penale.

- **Disastro ambientale:** punisce con il carcere da 5 a 15 anni chi altera gravemente o irreversibilmente l'ecosistema o compromette la pubblica incolumità.
- **Inquinamento ambientale:** prevede la reclusione da 2 a 6 anni (e la multa da 10.000 a 100.000 euro) per chi deteriora in modo rilevante la biodiversità o l'ecosistema o la qualità del suolo, delle acque o dell'aria.
- **Traffico e abbandono di materiale di alta radioattività:** colpisce con la pena del carcere da 2 a 6 anni (e multa da 10.000 a 50.000 euro) chi commercia e trasporta materiale radioattivo o chi se ne disfa illegittimamente.
- **Come ultimo l'impedimento del controllo:** chi nega o ostacola l'accesso o intralcia i controlli ambientali rischia la reclusione da 6 mesi a 3 anni.



Con chi co

il tuo



# municherai

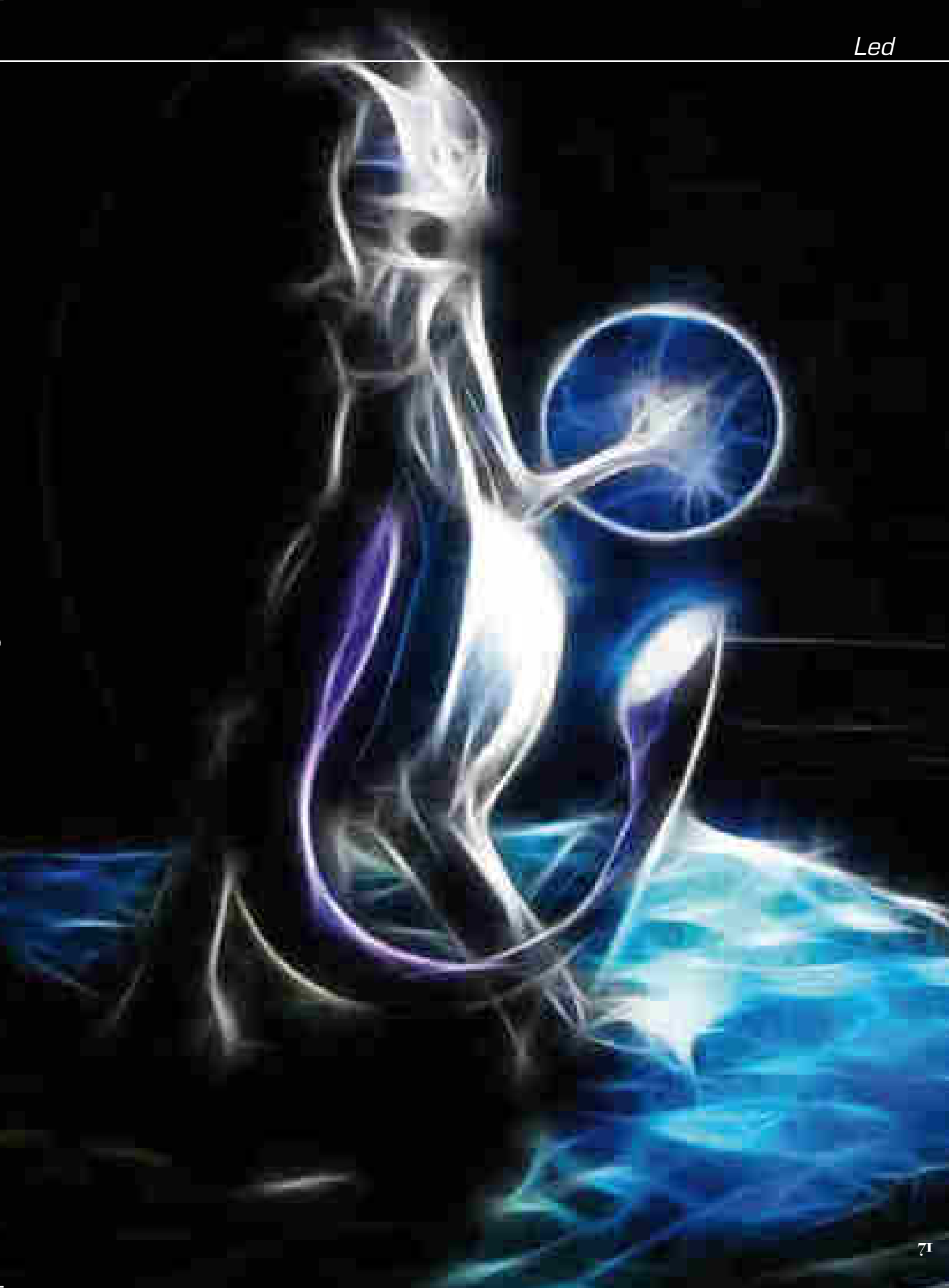
# *futuro?*

iFerr magazine  
*l'alternativa giovane*



# Led: evolvono, *come i Pokemon*

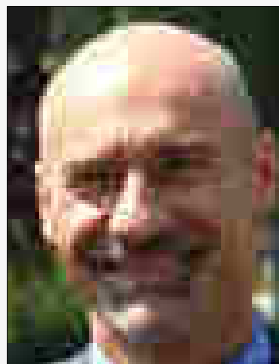
**Nascono come piccoli punti di segnalazione, crescono come luci d'atmosfera, evolvono come sorgenti belle, duttili, efficienti e a bassissimo consumo. I Led negli ultimi dieci anni hanno dimostrato tutta la loro capacità di adattamento. E la loro evoluzione non è ancora terminata!**





Roberto Barbieri

## VISTI DAI BUYER



Andrea Zini, titolare e buyer di Corradini Luigi – distribuzione ingrosso ferramenta

**iFerr:** Da quanto tempo avete in assortimento i prodotti Led?

**A.Z.:** Da 4 anni, dall'inizio del 2010.

**iFerr:** Quali sono i vostri target di riferimento?

**A.Z.:** Per questo articolo, principalmente i negozi di ferramenta.

**iFerr:** Quanti fornitori avete e con quali criteri li avete scelti?

**A.Z.:** Sostanzialmente abbiamo un unico fornitore, di cui da molti anni distribuiamo lampadine seguendone l'evoluzione: prima incandescenza, poi le elettroniche, quindi le alogene e da ultimo la gamma a Led. Negli anni ci

ha sempre garantito affidabilità e completezza della gamma.

**iFerr:** Secondo Lei, cosa manca al mercato su questa tipologia di prodotto?

**A.Z.:** Manca l'informazione: in modo particolare, siamo ancora tutti troppo legati al concetto di consumo (misurato in watt), mentre sulle lampade a Led bisogna ragionare in termini di efficienza luminosa (misurata in lumen e lux).

**D**a anni si parla di Led. Prima erano quel puntino che ci segnalava lo stato di stand by degli apparati elettrici ed elettronici. Lumini nella notte che diffondevano colore ma non certo chiarore. Poi sono approdati nelle lampadine di cortesia, a confortare sonni e risvegli dei più piccini. Man mano hanno acquisito forza e carattere, fantasia e vigore, e si sono trasformati in sorgenti luminose d'atmosfera, appannaggio di architetti e designer più coraggiosi. Negli ultimi anni hanno saputo vincere la resistenza del buio, trasformandosi in vere e proprie sorgenti luminose a tutti gli effetti, utili ed efficaci per qualunque (o quasi) tipo di applicazione. A raccontarci l'evoluzione, ma anche le prospettive, delle sorgenti luminose a Led, Roberto Barbieri, consigliere

delegato Osram in Italia.

**iFerr:** Veramente oggi le sorgenti a Led possono sostituire qualunque tipo di sorgente tradizionale?

**R.B.:** Non proprio qualunque tipo. Ma certamente la maggior parte delle sorgenti più diffuse oggi può essere soppiantata da un'alternativa a Led.

**iFerr:** Però: ancora caro mi costi, vero?

**R.B.:** Anche in materia di costi sono stati fatti passi da gigante. Perché come sempre: più un prodotto è richiesto e diffuso, più veloce è il suo riposizionamento economico. Così è stato anche per i Led. Certo, stiamo comunque parlando di soluzioni ad alto valore aggiunto. E il valore aggiunto certamente ha un suo costo.

**iFerr:** Alto valore aggiunto, che si traduce in...?

**R.B.:** Qualità della luce eccellente,

che non si può ottenere con molte delle sorgenti tradizionali. Duttività estrema: si possono regolare le intensità ma anche le colorazioni, dei Led. Risparmio ed efficienza: i Led, a parità di potenza, consumano veramente pochissimo; e poi durano tanto, quindi anche i costi di manutenzione e sostituzione, si riducono.

**iFerr:** Veniamo a noi: ha senso per un distributore di ferramenta assortire questi prodotti?

**R.B.:** Credo che abbia senso eccome! Anche perché i Led si vendono meglio e con maggior facilità, se accompagnati da un'attività di consulenza. Quindi sono ideali per i rivenditori tradizionali, capaci di rapportarsi ai clienti consigliandoli e guidandoli. E poi marginalità e scarsa concorrenza in distribuzione, li rendono appetibili anche dal punto di vista commerciale. Non solo, credo che un rivenditore capace di proporre Led con cognizione di causa, possa acquisire un'ottima immagine, agli occhi della clientela.

## A PROPOSITO DI CONSULENZA

**Per vendere Led, un dettagliante deve sapere che:**

- 1 •** Le sorgenti luminose a Led non si scaldano, quindi sono particolarmente indicate per applicazioni domestiche a portata di bambino.
- 2 •** Devono però dissipare il calore generato sul retro del diodo. Questo calore, insignificante al nostro tatto, se non adeguatamente disperso, accorcia non poco la vita di ciascun singolo diodo. Per questo è meglio acquistare prodotti a marchio, progettati prodotti e garantiti da aziende altamente specializzate.
- 3 •** Oggi le sorgenti luminose a Led possono sostituire tutte le più diffuse sorgenti a incandescenza, a risparmio energetico, e alogene.
- 4 •** A fronte di un consumo ipotetico di 30W, a parità di illuminamento un Led ha un consumo che si attesta intorno ai 10W.
- 5 •** Un Led di qualità, alloggiato adeguatamente, ha una durata che si attesta intorno alle 50.000 ore.
- 6 •** La durata dei Led non è compromessa dal numero di accensioni/spengimenti.
- 7 •** A oggi non esistono ancora norme chiare in materia di produzione dei Led. Per questo un consumatore non ha strumenti trasparenti che lo aiutino a discriminare un prodotto da un altro. Per questo, è fondamentale che il rivenditore selezioni con cura il produttore a cui affidarsi.
- 8 •** La nuova frontiera dei Led è rappresentata dagli Oled: superfici illuminanti, che possono trasformare gli stessi oggetti, in sorgenti luminose.





**iFerr:** Cosa intende, per “proporre Led con cognizione di causa”?

**R.B.:** Questa è una tecnologia semplice da utilizzare, ma complessa da progettare. I Led per essere efficienti e durare nel tempo, devono essere concepiti con cura, e realizzati secondo processi puntuali, utilizzando materie prime di qualità. Dopo di che, andrebbero alloggiati in apparecchi idonei. Tutto questo, l'utente finale medio, non lo sa. Così magari si lascia attrarre da qualche referenza a basso costo, ne resta deluso, e torna scontento alla sua solita lampadina a basso consumo.

**iFerr:** Mentre invece?

**R.B.:** Se al momento dell'acquisto ha vicino un rivenditore competente, capace di fargli intendere il valore aggiunto di un Led di qualità, il risparmio effettivo che si può trarre da un acquisto consapevole, allora si rapporta a questa tecnologia con tutt'altro spirito e tutt'altro risultato.

**iFerr:** Per questo però è necessario selezionare a monte con molta attenzione il fornitore?

**R.B.:** Esatto, è proprio questo il nocciolo della questione. Noi ad esempio siamo sempre in prima linea, quanto a ricerca e sviluppo. Perché solo così possiamo garantire un supporto di qualità ai nostri rivenditori. Anche perché ad oggi, in materia di Led la normativa internazionale è ancora vaga. Allora l'unico modo per poter discriminare prodotti e loro caratteristiche e prestazioni reali, sta nell'affidabilità del fornitore!

## VISTI DAI BUYER

**iFerr:** Da quanto tempo avete in assortimento i prodotti a Led?

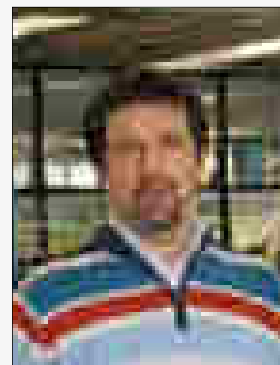
**F.M.:** Le lampade a Led le abbiamo inserite qualche anno dopo l'uscita dal mercato delle lampade ad incandescenza, da circa due anni.

**iFerr:** Quali sono i vostri target di riferimento?

**F.M.:** Il nostro riferimento è l'utilizzatore finale sia esso l'artigiano, il privato, l'industria; il nostro canale è il negozio di ferramenta che aggiorniamo costantemente grazie ad una rete di agenti.

**iFerr:** Quanti fornitori avete e con quali criteri li avete scelti?

**F.M.:** L'illuminazione non è il nostro “core business” e attualmente abbiamo un fornitore che è stato scelto per il buon rapporto qualità prezzo, per la qualità dei microchip che monta sulle proprie lampade e per l'ampia gamma del catalogo. Un packaging chiaro e completo è di grande aiuto per la scelta d'acquisto dell'utilizzatore. Il Led si è inserito nell'uso quotidiano per ciascuno di noi, ma il prezzo rimane sostenuto in forza di una tecnologia in continua evoluzione. È fondamentale che il fornitore sappia mettere in evidenza i vantaggi del Led, e sappia continuamente informare l'utilizzatore sulle migliori prestazioni delle lampade. L'utilizzatore che acquista una lampada a Led pretende qualità, per tanto dobbiamo offrire un prodotto che sappia soddisfare le attese.



Federico Marchini, buyer Ferramenta Cima - distribuzione ingrosso ferramenta

## SCEGLI LA LAMPADINA GIUSTA

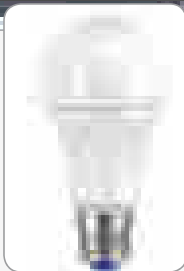
È questo il titolo dell'iniziativa realizzata dalla Camera di commercio di Milano in collaborazione con i principali protagonisti del mercato (Cei, Assil, Federdistribuzione, Imq). Un video e una brochure pieghevole, per fare chiarezza all'interno di un mercato con una vasta offerta, informando i consumatori circa le caratteristiche delle lampadine di nuova generazione e i numerosi vantaggi che si possono ottenere dal loro impiego. Il video e la brochure informativa sono disponibili online sul sito CEI.

[www.ceiweb.it](http://www.ceiweb.it) [www.telese.it](http://www.telese.it)

## Lampade a Led

### Ampia capacità di illuminazione

BotLighting propone una nuova generazione di lampade a Led sempre più performanti che rispettano i criteri di efficienza energetica A+ e A++. Grande successo sta riscuotendo la linea di lampade decorative a Led, tra le quali uno dei prodotti di punta è sicuramente la goccia opale 11W 220-240V con attacco E 27, nelle colorazioni calda e fredda. Caratteristica principale di questa lampada è il fascio di luce di 240° che permette di avere una capacità di illuminazione più ampia rispetto alle altre lampade direzionali. [www.botlighting.it](http://www.botlighting.it)



### Lasciatevi incantare!

Sembra una classica lampadina ad incandescenza ed invece è Incanto, la nuova lampada a Led presentata da Century. Nasce da una lunga ricerca e progettazione orientate a ricreare le stesse atmosfere della incandescenza con tutti i vantaggi dell'ultima generazione del Led. Le performance di illuminazione sono le stesse ma con una brillantezza eccezionale (CRI >90), una lunga durata di vita (15.000 ore) e un risparmio energetico che va oltre il 90%. Una linea nuova quella di Century completa di wattaggi con consumi ridotti a partire da 2W a 8W che rappresenta un felice incontro tra tradizione e innovazione tecnologica. [www.century-italia.it](http://www.century-italia.it)



### Master Ledbulb D 8-40w E27 Ww

Philips presenta Master Ledbulb Glow. Compatibile con gli apparecchi esistenti dotati di supporto E27 offre un eccezionale risparmio di energia e riduce al minimo i costi di manutenzione, senza compromettere la qualità della luce. Questo prodotto può essere utilizzato con i dimmer a taglio di fase ascendente (leading edge), in modo da ottenere la massima efficienza e consentire ai proprietari di strutture ricettive di ammortizzare entro un anno l'investimento effettuato. [www.lighting.philips.it](http://www.lighting.philips.it)



### Astrid, la nuova famiglia Led di Gewiss

Con la serie Astrid, Gewiss presenta nuovi sistemi di illuminazione a Led da incasso pensati per gli spazi lavorativi. Astrid Led è una famiglia di prodotti in grado di garantire le più elevate prestazioni illuminotecniche, il massimo risparmio energetico ed un elevato comfort visivo. Della serie Astrid segnaliamo Astrid Round, incassi tondi a Led disponibili in due differenti tipologie di ottiche: a fascio largo, per un'illuminazione diffusa ed uniforme, e a fascio stretto, per un'illuminazione puntale e d'accento. [www.gewiss.com](http://www.gewiss.com)



### Osram PARATHOM PRO Advanced

Osram ha messo a punto una offerta completa di lampade Led per rispondere alle esigenze dell'illuminazione sia commerciale che domestica. Tra i 150 tipi di lampade presentiamo Osram Parathom Pro Advanced, studiate per esigenze professionali. Dimmerabili con numerosi dimmer standard, hanno una durata fino a 50.000 ore, e un'ottima resa dei colori. Per meglio orientarsi nell'ampia offerta di prodotti, Osram ha realizzato l'App Osram Lamp Finder Professional che permette di selezionare le lampade giuste in modo semplice e rapido. [www.osram.it](http://www.osram.it)



A cura di Ivan Roman

# iPad *Air* di nome *e di fatto*

**Il nome ci porta a ricordare il Mac Book Air ed evoca in noi la sottigliezza e la leggerezza della linea Air, che Apple ha da quest'anno ampliato con iPad. Più sottile e più leggero. iPad Air è spesso appena 7,5 mm e pesa meno di 500 grammi. Le colorazioni disponibili sono 2: grigio siderale e argento.**







## Tecnologia leggera

Con la sua architettura a 64 bit, il nuovo chip A7 di iPad Air ha prestazioni da non credere: CPU e grafica sono fino a due volte più veloci rispetto alla generazione precedente, ma la durata della batteria è grandiosa come sempre. Un prodotto pronto a seguirti ogni giorno con 10 ore di autonomia!

## Display Retina

iPad Air è leggermente meno largo e ha una cornice più discreta, ma le dimensioni del display Retina non sono cambiate. Con una risoluzione di 2048×1536 e oltre 3,1 milioni di pixel, foto e video bucano lo schermo e il testo è ultranitido. Come in iPhone 5S, due sono i processori che lavorano in iPad Air. Il chip A7 che raggiunge nuove vette di potenza e velocità e il coprocessore di movimento M7.



## Connettività

Per quanto riguarda le connessioni Apple ha potenziato la compatibilità con più bande 4G LTE. Il nuovo tablet può inoltre vantare il wireless ultraveloce: Wi-Fi 802.11n dual band (2,4GHz e 5GHz) e due antenne e tecnologia MIMO. Il nuovo iPad è disponibile dal partire dal 1° novembre. Con un prezzo base di Euro 479.

# Una vetrina... *musicale!*

**Ottone è un rivoluzionario sistema audio in grado di trasformare qualsiasi superficie su cui è applicato in un altoparlante. Tavoli, scrivanie e componenti d'arredo possono trasformarsi in altoparlanti dalla diffusione estremamente omogenea di ottima qualità.**



## La rivoluzione dell'audio

Ottone può essere utilizzato sulle vetrine di negozi e centri commerciali per trasmettere messaggi audio al pubblico oppure sonorizzare aree antistanti senza più dovere installare ingombranti altoparlanti all'esterno. Ottone è composto da un attuttore che copre una vasta gamma di frequenze. Applicato su una vetrina per mezzo del suo biadesivo (nessun foro è necessario), trasmetterà a quest'ultima un'infinità di vibrazioni impercettibili, rendendo possibile la diffusione del suono, che si diffonderà sia all'interno che all'esterno del punto vendita, eliminando la necessità di proteggere le tradizionali casse dalle intemperie e dai vandali. Grazie alle sue incredibili caratteristiche dinamiche, Ottone non deve necessariamente essere piazzato al centro della vetrina, bensì anche in un suo angolo, lasciando del tutto libera la visuale.

## Principali applicazioni:

- Vettrine di negozi
- Mobili
- Aree pubbliche
- Illuminazioni
- Locali pubblici
- Architettura
- Esibizioni
- Intrattenimento
- Piscine
- Ospedali
- Costruzioni residenziali
- Trasporti pubblici
- Saune



## I principali vantaggi

- **Altamente innovativo:** una tecnologia estremamente avanzata.
- **Design:** un design semplice, ma allo stesso tempo elegante.
- **Omogeneità del suono:** le vetrine e gli elementi di arredo diffonderanno attraverso la loro superficie un suono pieno ed avvolgente.
- **Intelligibilità:** migliore comprensione delle parole, in una stanza tutti percepiranno gli stessi dB indipendentemente dalla loro collocazione nell'ambiente.
- **Versatilità:** utilizzabile su numerosi materiali rigidi quali legno, cartongesso, vetro, materiali compositi, plexiglass, ecc.
- **Durata nel tempo:** Ottone non richiede manutenzioni e ha vita lunga perché non ci sono parti in movimento e operatività in un ampio range di temperature.
- **Modularità:** Ottone può essere configurato in maniera modulare a seconda delle necessità del cliente.
- **Semplicità d'uso e costi di installazione ridotti:** tempi di installazione molto più rapidi grazie all'aggancio rapido degli attuatori e al minore numero di attuatori necessari rispetto agli altoparlanti. Non è inoltre necessario forare.
- **Environmentally friendly:** Ottone inoltre grazie alla sua capacità di propagare il suono attraverso superfici molto grandi è una soluzione "green" perché riduce drasticamente il numero di altoparlanti installati e di conseguenza anche il consumo energetico.
- **Dimensioni ridotte:** dimensioni estremamente ridotte che permettono l'inserimento del prodotto in molte applicazioni.

# Messaggi *di luce*

**Innovativi e senza dubbio di sicuro effetto. Questi led applicati ai raggi delle biciclette, accendono la notte e rendono un effetto unico. Con la possibilità di personalizzare la propria scia luminosa. Utili anche per comunicare messaggi pubblicitari.**



## **Disegna ciò che vuoi**

---

Sm1 è un espositore per ruote Monkey light. Qualsiasi ruota della serie può essere applicata ed esposta come segnaletica al dettaglio, visualizzazioni di messaggi nel punto vendita, o come semplice attrattiva esposta in vetrina. I led sono visibili su entrambi i lati della ruota, consentendo una doppia esposizione. Se utilizzati su una bicicletta, sono visibili, sia al crepuscolo che la notte.



## Bicycle Wheel Display System

Monkey light è in grado di riprodurre immagini ed effetti mozzafiato. Impermeabile e resistente, sopporta senza problemi l'utilizzo su strade cittadine, con tanto di pavè o strade disconnesse. Si possono creare vere e proprie playlist di grafiche utilizzando il software messo a disposizione dalla casa, o utilizzare la vasta collezione di opere d'arte scaricabili dal sito.



## Ideale per negozi e vetrine

Oltre a poter essere montato sulle biciclette, il sistema prevede anche l'esposizione su treppiedi o su parete. I messaggi visualizzati possono essere lunghi fino a 25 caratteri. Lo stand Top Quality è made in USA con una robusta costruzione in acciaio verniciato in nero. Stabile e silenzioso, non necessita di nessun tipo di manutenzione.

Per visualizzare il prodotto si può visitare il sito dedicato:

[www.monkeylectric.com](http://www.monkeylectric.com)



# PRENDI NOTA.

## RICHIEDI LE NUOVE PUBBLICAZIONI.



 LIFE *in*  
GARDEN

 LIFE *in*  
POOL

 La  
CASA *del*  
CALORE

**BRIKAS**  
FERRAMENTA

**KONCRETO**

Verderame®

- L'anno è appena iniziato, ma la nostra agenda è già ricca di appuntamenti. Tante pubblicazioni ti aspettano, sempre più specifiche ed esclusive. Richiedile al tuo agente di zona.

**DFL** l'evoluzione della specie, anche nel **2014**.

**DFL**

E' una società del GRUPPO **LAMURA**

Via Santa Maria degli Ulivi  
SALA CONSILINA (SA)  
tel. 0975 45524 - fax 0975 45694  
[info@nuovadfl.it](mailto:info@nuovadfl.it) - [www.nuovadfl.it](http://www.nuovadfl.it)

# FACAL

... *Le Scale Italiane*

 **Clic**

*Le nuove  
linee  
sono Blu*

 **STILO**

*Le forme  
in movimento*  
**pinna**

 **Clic-Clac**

**PENNY**  
*...mon ami*

*...Qualcosa che vale nel tempo*

# GOODYEAR

## Goodyear sempre in sicurezza

### WORK GLOVES una soluzione per ogni tipologia di lavoro.

Ariete Group, azienda leader nel settore dell'antifortunistica, presenta la nuova linea di guanti Goodyear in schiuma di nitrile traspirante con dorso aerato o ricoperto, il supporto è in filo continuo in nylon senza cuciture, molto aderente, elasticizzato garantendo un'ottima sensibilità.

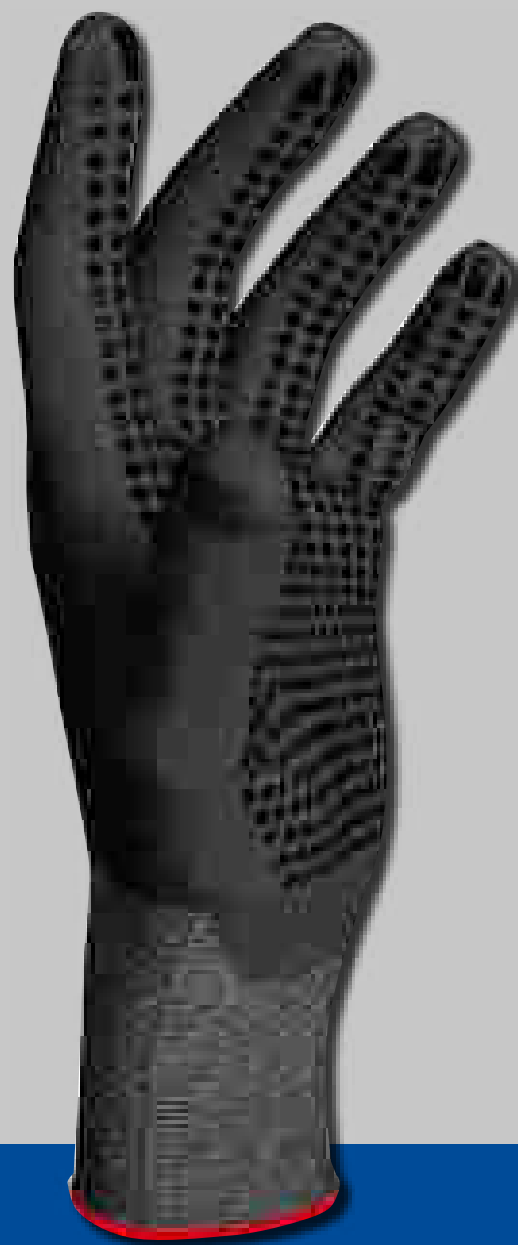
**Ottimo grip grazie ai pallini antiscivolo sul palmo.**

Buona resistenza all'abrasione e allo strappo.

Adatto nel settore industriale, edile, agricolo e meccanico.

Tutti i nostri prodotti sono certificati al top delle resistenze.

Ottimo grip grazie  
ai pallini antiscivolo  
sul palmo



ARIETE GROUP S.p.A  
Via delle Querce n.8, Z.I. Fenilrosso 46019 VIADANA (MN) ITALY  
Tel. 0039 0375 820500 - Fax. 0039 0375 820501  
www.ariete-group.com - info@ariete-group.it



# iProtagonisti di iFerr magazine

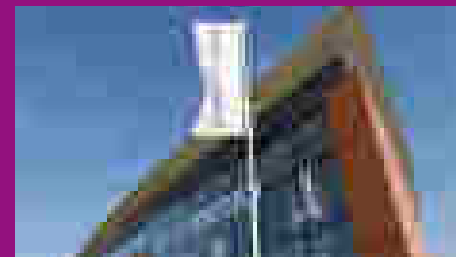
## Nuovo Catalogo **FITO**



## SOMMARIO

**I protagonisti di questo numero:**

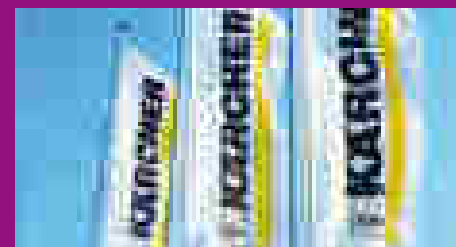
**pag. 86 - TUBESCA - COMABI**



**pag. 88 - PERINO - IUR**



**pag. 90 - KÄRCHER**



**pag. 92 - ALFER**



**G**uaber presenta il nuovo catalogo annuale Fito 2013-2014. Fito si occupa della cura delle piante da appartamento, giardino, orto, frutteto e tappeto erboso e si fa portavoce di Green Revolution, la cultura del verde che ha l'obiettivo di migliorare l'ambiente in cui viviamo proponendo prodotti e soluzioni innovative. In 60 pagine sono presentati i prodotti in modo chiaro e intuitivo. Le novità sono nelle prime pagine e identificate con un bollino; grazie ad una grafica semplice ed accattivante i prodotti con

foto, dati tecnici e caratteristiche sono illustrati in modo chiaro per facilitare la comprensione e rendere più veloce la consultazione. Il catalogo, rinnovato annualmente è distribuito ai 3000 clienti ed è scaricabile online. Fito è anche impegno etico per il verde, è socio di Promogiardinaggio, associazione no profit per la cura del verde e sostiene l'iniziativa Boschi per la Vita della fondazione onlus Ant.

[www.fito.info](http://www.fito.info)

[www.thegreenrevolution.it](http://www.thegreenrevolution.it)

[www.facebook.com/FitoGreenRevolution](http://www.facebook.com/FitoGreenRevolution)



TUBESCA - COMABI

# Qualità... *elevata!*

**Tubesca-Comabi è un'azienda di riferimento in Europa per la progettazione e produzione di soluzioni di accesso in altezza in risposta alle diverse esigenze. Innovazione, sicurezza e servizio le sue parole d'ordine.**

**T**ubesca-Comabi da più di cinquant'anni progetta soluzioni di accesso in altezza e tramite una rete di partner selezionati, distribuisce e vende due marchi noti e apprezzati: Tubesca e Comabi. Aziende di riferimento in Europa, propone prodotti innovativi e di alta qualità al servizio dei professionisti. Tutti i prodotti, dagli sgabelli ai ponteggi per facciate di edifici, sono progettati in Francia, rispondono agli standard internazionali e sono sinonimo di serietà e affidabilità. La capacità di innovare è uno dei punti di forza dell'azienda, l'ambizione è quella di offrire ai propri clienti prodotti **con un alto valore aggiunto e sempre con nuove soluzioni**. Il 3% del fatturato è dedicato alla Ricerca e Sviluppo, il 25% del fatturato è realizzato grazie ai nuovi prodotti e più di 120 prodotti sono sottoposti annualmente ad aggiornamento tecnico e di design. Altro punto di forza è il rigore sulla sicurezza dei pro-

dotti: 5 siti produttivi di oltre 150.000 mq sono certificati secondo norme di sicurezza internazionali, Tubesca - Comabi è certificata ISO 9001 e gli articoli sono prodotti secondo gli standard delle norme internazionali garantite dai marchi di qualità NF e GS.

## LA GAMMA

Tubesca-Comabi propone un'ampia offerta che si sviluppa in quattro gamme concepite per diverse tipologie di utilizzo.

**Tubesca per l'edilizia:** sgabelli, scale a compasso, scale trasformabili, scale in vetroresina e trabattelli professionali (altezza di lavoro fino a 14 m). Per un uso frequente / ultra intensivo.

**Tubesca professionisti:** sgabelli, scale a compasso, scale trasformabili, scale in vetroresina e trabattelli professionali (altezza di lavoro fino a 10,44 m). Per un uso regolare / intensivo.

**Tubesca per i lavori più complessi con esigenze di accesso specifiche:** piattaforme di lavoro, scale per scaffalature, passerelle di manutenzione,



scale con gabbia alla marinara e prodotti su misura creati dall'ufficio tecnico.

**La gamma Hobby by Tubesca:** sgabelli, scale domestiche, scale in vetroresina e trabattelli per il fai da te (altezza di lavoro fino a 6,83 m). Per un utilizzo occasionale / intensità moderata.

## LA DISTRIBUZIONE

La proposta sul mercato italiano è indirizzata ai distributori e privilegia i criteri di servizio prima ancora che di vendita. Ogni singolo cliente è assistito per l'ottimizzazione degli stock, dei criteri di riordino e di disponibilità; solo dopo aver definito dei parametri ottimali per il distributore, interviene la parte strettamente commerciale. Grande importanza viene data anche al servizio post vendita dove viene fornito un supporto al personale di vendita del distributore e al detta-



gliante tradizionale.

Tre i punti centrali di Tubesca per il rivenditore:

**La Presenza:** con un unico contatto commerciale che si muove in tutto il paese sempre a disposizione.

Massimo Fasana è il referente dell'azienda; forte della decennale esperienza nel settore si occupa di definire le migliori modalità di fornitura del servizio e dei prodotti. Offre anche un supporto per qualsiasi esigenza post vendita.

**La Reattività:** una risposta pronta ed efficiente a qualsiasi esigenza con tempi di consegna rapidi.

**L' Affidabilità:** prodotti performanti e informazioni chiare e affidabili. [www.tubesca-international.com/it](http://www.tubesca-international.com/it)

## MARCHI DI RIFERIMENTO IN ITALIA E IN EUROPA.

Tubesca-Comabi è una importante realtà internazionale che unisce due marchi forti e riconosciuti: Tubesca, noto e apprezzato in Italia è il riferimento per le scale che rispondono a diverse esigenze, Comabi specializzato in ponteggi, è un marchio più affermato all'estero.





PERINO - IUR

## Tutto, sul *made in italy*

**Perino - Iur è un'azienda specializzata nella produzione di utensili da taglio. La qualità made in Italy è il suo punto di forza e forte è l'impegno per affermarla presso i distributori. Una sfida contro la contraffazione, una scommessa sull'affidabilità e durata nel tempo.**

**P**erino - Iur nasce a Torino nel 1945 come azienda produttrice di frese rotative. L'azienda si specializza nella produzione di utensili da taglio e in particolare utensili perforatori. Grazie alla conoscenza specifica nella produzione di frese a tazza, diventa uno dei costruttori più qualificati in utensili atti alla foratura su qualsiasi tipo di materiale e su qualunque profondità. Abbiamo chiesto a Maurizio Perino che è l'amministratore di Perino - Iur di raccontarci le specificità e i vantaggi competitivi dell'azienda.

**iferr:** Un'azienda dalla lunga tradizione la vostra, quale ritiene siano oggi i suoi punti di forza?

**M.P.:** Perino - Iur è una azienda che da tre generazioni produce frese. E' l'unica azienda in Italia a produrre frese a carotare ed è un punto di riferimento per le frese con riporto in metallo

duro. La sua specializzazione ne fa quindi un punto di riferimento per il settore. Ma l'elemento centrale è la qualità. Qualità che da noi vuol dire investimenti in tecnologia, attenzione, cura e controllo di tutte le fasi produttive, dalla materia prima alla consegna al cliente, per poter orgogliosamente scrivere su ogni pezzo **"questo è fatto in Italia"**. Una battaglia per la qualità made in Italy che l'azienda porta avanti da anni.

**iferr:** Sembra che stia parlando di una sfida. E' tanto difficile far percepire la qualità dei vostri prodotti?

**M.P.:** La nostra azienda è molto radicata sul territorio anche se il 50% del nostro fatturato è fatto con l'estero. I nostri agenti combattono ogni giorno con professionalità e determinazione per difendere il valore del nostro marchio. Molti infatti sono i tentativi di imitazione dei nostri prodotti, ovviamente sempre senza riuscire ad eguagliarne caratteristiche e performance.



**iferr:** La concorrenza orientale è quindi così presente anche in prodotti così specializzati.

**M.P.:** Purtroppo sì. La rivendita, specializzata e non, si è collocata fondamentalmente in una fascia di prodotto di qualità medio bassa perché acquista utensili da taglio da fornitori che si presentano come produttori ma che in realtà non lo sono. Da questo punto di vista all'estero sono più attenti, i clienti visitano infatti i propri fornitori per verificarne la produzione e valutare la qualità. Un'abitudine questa che noi in Italia non abbiamo ancora e che mi auguro arrivi anche da noi. Produrre in Italia aiuta tutti.

**iferr:** Ma è il prezzo l'elemento decisivo?

**M.P.:** A conti fatti no. Il rapporto qualità prezzo è tutto a nostro favore. Noi vogliamo arrivare a quei clienti che scelgono la qualità. Anche perché sanno che un prodotto di qualità e un prodotto di importazione hanno una differenza minima di prezzo. La qualità e la durata nel tempo sono benefici di lungo periodo riconosciuti al nostro marchio da chi ci utilizza.

**iferr:** Un impegno quindi il vostro per il riconoscimento del made in Italy

**M.P.:** Sì, una scommessa sulla qualità. Perino - Iur vuole lavorare in Italia e fare lavorare bene la gente che lavora: occorre frenare l'acquisto di prodotti di provenienza orientale perché porta benefici solo nel breve periodo.

[www.perinoutensili.it](http://www.perinoutensili.it)

*“Un prodotto di qualità e un prodotto di importazione hanno una differenza minima di prezzo.  
La qualità e la durata nel tempo sono benefici di lungo periodo”*





KÄRCHER

# Saper fare *pulizia*

**Dalle idropulitrici ai detergenti, dagli aspiratori ai pulitori al vapore Kärcher offre da 75 anni soluzioni per la pulizia. L'ampia gamma, l'attento design, la vocazione innovativa e il continuo supporto al distributore fanno dell'azienda un partner di riferimento per il canale ferramenta.**

L'azienda - con sede centrale a Winnenden in Germania e sede italiana a Rho (Mi) - offre da oltre 75 anni soluzioni alle molteplici esigenze di pulizia con idropulitrici, aspiratori, pulitori a vapore, spazzatrici, lavasciuga pavimenti, impianti di lavaggio auto, detergenti e una gamma completa di accessori e ricambi. Il business è stato recentemente ampliato con l'ingresso nel settore del giardinaggio e l'introduzione di una linea completa di **prodotti per l'irrigazione**. Design avanzato, estrema cura nei dettagli, qualità dei materiali impiegati, ampio assortimento di modelli, continui aggiornamenti, servizio al cliente e soluzioni proprie distribuite in tutto il mondo: questi i fattori che, di pari passo con la massima attenzione per l'ambiente, fanno di Kärcher un'azienda di riferimento per il suo mercato. Kärcher fa dell'**attitudine all'innovazione** il suo principale vantaggio competitivo: lo dimostra

il fatto che oltre l'87% del fatturato è realizzato da prodotti lanciati negli ultimi 5 anni. Dal 1980 inoltre il numero dei brevetti registrato dall'azienda nel mondo è stato in continuo aumento.

## LA DISTRIBUZIONE

Kärcher è presente in Italia dal 1974 con la sede di Rho e gli stabilimenti di Volpiano (To) e Quistello (Mn), dove oltre 1000 dipendenti lavorano per produrre rispettivamente aspiratori e idropulitrici. Il target principale dell'azienda è rappresentato, nel canale professionale, da automotive, imprese di pulizia, alberghi, ristoranti, aziende municipalizzate, agricoltura, artigiani, professionisti e industria. Nel canale consumer il target dei prodotti outdoor è costituito da hobbisti, mentre per la categoria indoor è allargato a tutti i componenti della famiglia.

**Riferimento nella categoria delle idropulitrici**, l'azienda vanta una consolidata e capillare presenza nel canale professionale del mercato della



*“L’attitudine all’innovazione è il principale vantaggio competitivo di Kärcher: oltre l’87% del fatturato è realizzato da prodotti lanciati negli ultimi 5 anni”*



pulizia. La forza vendita **Kärcher assicura una copertura di oltre 5000 punti vendita su tutto il territorio nazionale.**

*“La collaborazione con le ferramenta garantisce ottimi risultati sia in termini di vendite che di conoscenza del marchio” afferma Nico Trotta, marketing manager di Kärcher Italia, “favorendo la penetrazione sul territorio e verso fasce di pubblico che conoscono bene il marchio”.*

La strategia consumer di Kärcher punta a raggiungere nuovi target di consumatori e sviluppare nuove categorie di business. “Per il 2014”, conclude Trotta, “Kärcher continuerà a perseguire la massima collaborazione con la distribuzione tradizionale di ferramenta, grazie a centinaia di giornate di

*formazione, promozioni dedicate al canale e materiale di visibilità come ad esempio gli shop-in-shop, a disposizione dei negozi che ne facciano richiesta.*

*Tutti i prodotti Kärcher sono garantiti dall’azienda e si posizionano ai vertici del proprio segmento per qualità e performance. In questo senso, il brand Kärcher offre livelli significativi di sell-out e un’ottima redditività a favore dei distributori”.*

Nel 2013 Kärcher ha registrato un fatturato globale di circa 2,05 miliardi di euro e vendite per oltre 12 milioni di pezzi. L’azienda conta nel mondo 10.700 collaboratori in 60 Paesi.

**[www.kaercher.it](http://www.kaercher.it)**



ALFER

# Un alto *profilo*

**Una gamma di oltre 6.000 articoli, soluzioni innovative brevettate, processi produttivi ultramoderni e un'alta efficienza nell'evasione degli ordini fanno di Alfer il punto di riferimento quando si parla di profili in alluminio.**

**A**lfer nasce in Germania nel 1973 nel cuore della Foresta Nera. La regione su cui sorge è la maggiore area economica d'Europa attiva nella produzione e lavorazione dell'alluminio, da qui il nome di aluvalley.

Specialista nel settore dei profili di alluminio, dal 2004 estende il proprio campo d'azione dalla Germania e paesi vicini a tutta Europa, Italia compresa. Azienda di riferimento per il settore della distribuzione d'articoli per l'edilizia e il fai-da-te, Alfer si adopera per un continuo miglioramento dei propri processi di lavoro. Il controllo costante di tali processi e un'applicazione fedele delle nuove tecnologie consentono all'azienda di mantenersi da anni entro una quota di consegna di oltre il 99%. Negli stabilimenti la produzione avviene tramite impianti ultramoderni e in parte automatizzati. L'azienda ha acquisito un forte know-how delle tecnologie impiegate nei processi

*“Il controllo costante dei processi di lavoro e un'applicazione fedele delle nuove tecnologie consentono all'azienda di mantenersi da anni entro una quota di consegna di oltre il 99%”*

produttivi di diversi settori; dalle tecniche note come la segatura, tranciatura, taglio, foggatura fino alla produzione di articoli in plastica tramite pressofusione od estrusione, Alfer è sempre in grado garantire una qualità ineccepibile.

## LA GAMMA

Alfer è titolare di diversi brevetti e dei diritti di proprietà esclusiva di innovazioni per il mondo dell'edilizia e del bricolage. Profili da costruzione, profili per artigiani, supporti e profili per la posa di parquet laminato e altri rivestimenti per





*“I profili appartenenti ai diversi sistemi dell’assortimento e i loro accessori sono realizzati in maniera tale che ogni elemento sia appositamente elaborato per abbinarsi e compenetrarsi con tutti gli altri”*

pavimenti nonché per la strutturazione d'interni e per le superfici piastrellate; semilavorati come barre filettate o lamiere: tutti questi prodotti appartengono alla gamma offerta ed ai sistemi studiati per l'organizzazione degli spazi. I materiali utilizzati sono metalli e materie plastiche, ma il punto chiave della gamma Alfer è rappresentato da alluminio ed acciaio. La gamma è molto ampia, oltre 6.000 articoli, dove i profili appartenenti ai diversi sistemi dell'assortimento e i loro accessori sono realizzati in maniera tale che le loro dimensioni siano perfettamente commisurate, cosicché **ogni elemento sia appositamente elaborato per abbinarsi e compenetrarsi con tutti gli altri**. Le caratteristiche sono studiate con cura come le scanalature di riferimento per foratura, protette da brevetto, che garantiscono **processi di lavorazione semplici** e delineano le peculiarità dei prodotti dalla tipica qualità tedesca.

## LA DISTRIBUZIONE

Per Alfer il mercato italiano è strategico e prioritario il canale ferramenta all'ingrosso e al dettaglio. Una rete di agenti, suddivisi per regioni, copre tutto il territorio nazionale e fornisce un supporto costante ai clienti. Ogni punto vendita viene visitato con regolarità, una volta al mese, per controllare e mettere in ordine **gli espositori** forniti in comodato d'uso, **allestire nuovi banchi** o fare il restyling di quelli presenti secondo le necessità espositive del distributore. Alfer inoltre offre al cliente **il costante controllo delle rotazioni dei singoli articoli** e aggiorna gli espositori se sono presenti articoli con bassa o nulla rotazione. Sul punto vendita è inoltre presente materiale informativo sui prodotti con anche gli schemi di costruzione, scaricabili anche online. Tutti gli espositori e i sistemi di organizzazione degli spazi sono forniti di etichette che consentono una corrispondenza univoca tra il profilo e l'etichetta grazie alla grafica e al codice EAN; su richiesta possono essere inseriti anche il prezzo di vendita al pubblico o il codice interno del cliente. [www.alfer.com](http://www.alfer.com)

# Segui iFerr magazine!



Vuoi ricevere la tua copia di **iFerr** direttamente a casa o presso il tuo punto vendita?

Richiedi la tua copia omaggio compilando il form su [www.iferr.com](http://www.iferr.com) o scrivi a [info@iferr.com](mailto:info@iferr.com)

consulta gli aggiornamenti **on line**

**abbonati** e colleziona i 10 numeri di **iFerr**

prepara con noi la tua partecipazione al **prossimo** grande evento **iFerr day 2014**

**iFerr** magazine  
www.iferr.com

Media Partner  
[www.crsi.it](http://www.crsi.it)



Costo Abbonamento, **46,00 euro.**

In alternativa collegati a [www.iferr.com](http://www.iferr.com)

e inoltra la richiesta per ricevere la rivista in omaggio dal tuo grossista.

**Editore Marketing & Multimedia**  
**MaMu SRL**

**Direzione Amministrativa**  
Via Luigi Settembrini, 30  
00195 Roma

**Sedi:**  
**Roma**  
Via del Corso, 52  
00186 Roma

**Milano**  
Piazza Erculea, 11  
20122 Milano  
Tel: 02 72 08 00 52  
e-mail: [info@iferr.com](mailto:info@iferr.com)  
web: [www.iferr.com](http://www.iferr.com)

**Direttore Responsabile**  
Roberto Galimberti

**Direttore Editoriale**  
Sebastian Galimberti

**Coordinamento Editoriale**  
Camilla Fiorin

**Art Director e Grafica**  
Ivan Roman  
[ivanroman@ivanroman.it](mailto:ivanroman@ivanroman.it)

**Segretaria di Redazione**  
Giovanna Di Nolfo

**Hanno collaborato alla realizzazione di questo numero**  
Marina Bongiorno, Maurizio Brillantino, Giorgio Casanova, Thor Evans Carlson, Stefano Gelmini, Fabiano Lazzarini, Francesca Perego, Roberto Porta, Walter Silvano, Michele Tacchini, Monica Trabucchi.

**Ufficio Marketing**  
Giuseppe Ficarra  
[marketing@iferr.com](mailto:marketing@iferr.com)

**Ufficio Commerciale**  
Giorgio Ronchi  
[commerciale@iferr.it](mailto:commerciale@iferr.it)

**Settore Colore**  
Concessionaria esclusiva Edipubblicità

**Stampa**  
**PRONTOSTAMPA**  
Via Praga, 1  
20049 Zingonia Verdellino (BG)

Periodico iscritto presso il Tribunale di Milano,  
iscrizione n° 32 dell'01/02/2013 - Iscrizione al ROC n° 23346

# Tsmall™

IL NUOVO DISTRIBUTORE DI SAPONE

MADE IN ITALY

EROGA:



CREME  
BARRIERA



CREME E GEL  
LAVAMANI



T-SMALL PROFUMA ANCHE L'AMBIENTE!



**NETTUNO**  
we take care of your hands

*Ci prendiamo cura delle tue mani*

**NETTUNO S.R.L.**

Viale Industria, 16/18  
24060 Castelli Calepio (BG) Italia  
Tel: +39 035 847508 - Fax: +39 035 848506  
nettuno@nettuno.net - www.nettuno.net



**NETTUNO IBÉRICA S.L.**

Av. de Nisperos, 25 Navas 12-13  
28350 Ciempozuelos Madrid - España  
Tel: +34 918274104 - Fax: +34 918094689  
nettuno@nettuno.es - www.nettuno.es

# GOODYEAR

## Goodyear sempre in sicurezza

**NEW**

### WORK GLOVES

una soluzione per ogni tipologia di lavoro.

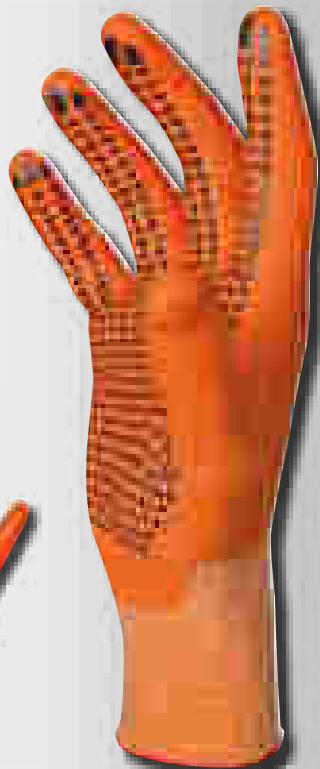
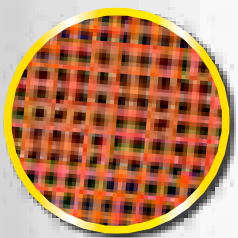
Ariete Group, azienda leader nel settore dell'antinfornistica, presenta la nuova linea di guanti Goodyear in schiuma di nitrile traspirante, dai molteplici modelli e colori, molto aderenti ed elasticizzati, ottimi antiscivolo, con dorso aerato e ricoperto.

Tra le novità abbiamo il guanto in schiuma di nitrile **DOPPIA SPALMATURA**, zigrinato sul palmo, con dorso ricoperto, dall'ottima resistenza all'abrasione e allo strappo. E' adatto nella manipolazione di lamierati pesanti, in edilizia, posa marmi.

La seconda tipologia di guanti, è un guanto molto elasticizzato, dall'ottima sensibilità e dall'ottimo grip grazie **AI PALLINI ANTISCIVOLO** sul palmo. Buona resistenza all'abrasione e allo strappo. Adatto nel settore industriale, edile, agricolo e meccanico.

Tutti i prodotti sono certificati al top delle resistenze.

*Ottimo grip grazie ai pallini antiscivolo sul palmo*



*Doppia spalmatura e palmo zigrinato*



**ARIETE**  
GROUP

ARIETE GROUP S.p.A  
Via delle Querce n.8, Z.I. Fenilrosso 46019 VIADANA (MN) ITALY  
Tel. 0039 0375 820500 - Fax. 0039 0375 820501  
www.ariete-group.com - info@ariete-group.it

**iFerr** magazine

*il* **Chiodo Fisso** 

**...con la testa nel cuore, con il cuore in mano, con le mani in pasta!**

**La voce del mercato da dentro il mercato: informazioni, testimonianze e commenti**

## **IL GIARDINO TI PORTA IN VACANZA!**



**Vacanza sognata... Vacanza meritata...  
Dopo un lavoro ben fatto, una vacanza ben fatta!**

# GiardiVerde

La campagna che fa sbocciare la primavera e sognare l'estate

# M

entre l'inverno fa sentire ancora il suo gelo sulle vendite di molti dettaglianti italiani, tra i clienti della Frascchetti Distribuzione la primavera è già arrivata con **GiardiVerde**, la campagna giardino 2014 che promette di far rifiorire le vendite.

Com'è possibile?

Perché Frascchetti Spa ha *"inventato il verde ancor prima che il verde andasse di moda"* e, quindi, nelle promozioni del segmento garden è un maestro indiscusso da anni.

Perché Frascchetti ci mette passione, humus indispensabile tanto per i giardini che per gli incassi.

Perché alla Frascchetti sono degli astuti osservatori del mercato e la loro costante attenzione all'innovazione dei prodotti e delle tendenze fa sì che la promozione primaverile rivolta ai loro 3.500 clienti sia una delle più attese nel panorama italiano del garden e dell'outdoor living.

E perché quest'anno l'incentivo a vendere si chiama **"Fiesta Mundial"**, una vacanza *"brasiliiana"* a ritmo di samba e vuvuzela per sognare insieme una Coppa del Mondo azzurra.

Strumento di sell-in e di sell-out giunto alla sua terza edizione annuale, **GiardiVerde** è la campagna promozionale ideale per i ferramentisti ambiziosi, che puntano a soddisfare le esigenze della loro variegata clientela con un'offerta ampia, fresca e competitiva.

L'ampiezza della gamma la certificano prima di tutto le cifre.

Circa 3000 sono i prodotti presentati nel depliant promozionale di quest'anno.

Un numero che cresce ad ogni edizione per andare incontro alle richieste di consumatori sempre più diversi, femminili e maschili, tradizionali e audaci, ma comunque più preparati e pretenziosi di anno in anno.

Già, perché il giardino ormai è diventato un'estensione della casa, che gli italiani sentono il bisogno di curare in ogni minuscolo dettaglio.

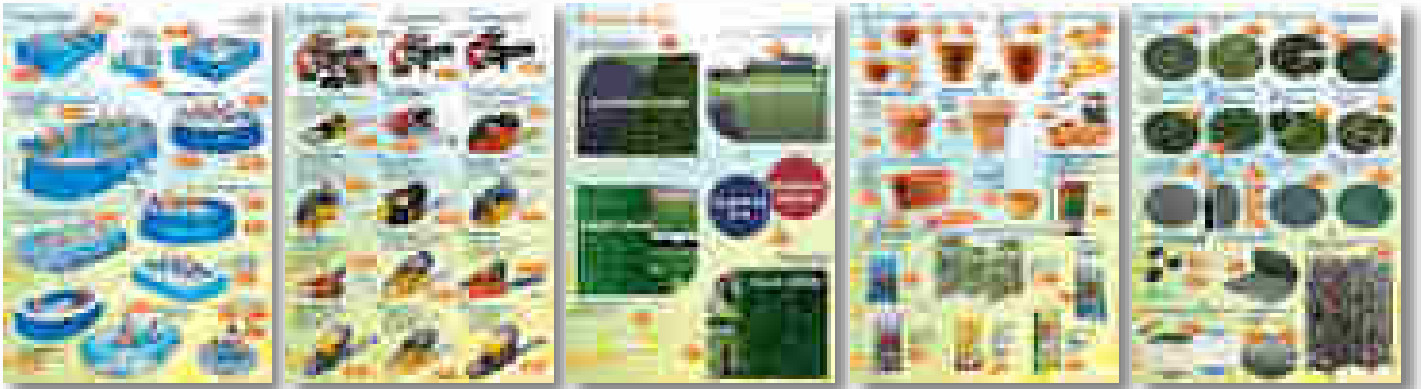
E perché gli italiani - per moda o per sensibilità - sono sempre più "green", amanti di un "fai da te" che va tingendosi di ecologismo.

Ecco quindi che in **GiardiVerde** c'è **"tutto quel che occorre per orti, terrazzi, giardini e parchi"**.

Dai prodotti per la cura del verde alle macchine per l'irrigazione e l'irrorazione,

dalle piscine fuori terra agli ultimi, raffinati pezzi di arredo per dell'outdoor, passando naturalmente per barbecue e illuminazioni e per tanti altri prodotti rivolti a chi il giardino non lo ha, ma se lo crea, come i tappeti verdi.





La campagna giardino Frascetti, accessibile a tutti i suoi clienti a condizioni particolarmente convenienti, sarà accompagnata anche quest'anno dal **Garden Expo**, l'esposizione di giardinaggio che attira almeno 500 visitatori ad ogni edizione.

Un'expo di dimensioni invidiabili (4000 metri quadri), che contribuisce a consolidare l'immagine dell'azienda di Franco e Giorgio Frascetti in un settore come quello del garden, che muove circa il 30 per cento del suo fatturato. Una percentuale che è indice di una notevole specializzazione, forse senza pari in Italia nella distribuzione del settore, e che conferma che alla Frascetti sono dei maestri del verde, per davvero.



# Viaggi incentive

## La luna di miele del B2B

G

li affari non sono solo numeri.  
Non sono solo la somma di atti di acquisto e di vendita.  
Non sono fatti solo di contrattazioni sui prezzi, di ordini, fatture, consegne, pagamenti.  
Gli affari sono anche relazioni, calore, emozioni.



Ma, come ogni relazione, come l'amore, anche il business è insidiato dalla tentazione del tradimento.

E di "amanti" in agguato il mercato è affollato.

Ecco perché la fedeltà del cliente va inseguita, perseguita e coltivata con cura.

Proprio come una fidanzata, il "business to business" va nutrito di attenzioni speciali, sensazioni straordinarie, esperienze condivise.

E quale esperienza è più unica di un viaggio fatto su misura?

**Viaggio "incentive" è la ricetta per saldare o rinvigorire la relazione con i clienti.  
È la parentesi esclusiva in cui il lavoro riesce a diventare divertimento.  
È il luogo dove gli obiettivi commerciali del marketing si fondono con il romanticismo intrinseco del viaggiare.  
È la luna di miele del B2B.**





L'incentive, però, non è un dono.

Non è un omaggio che arriva dalla gratitudine indiscriminata del produttore o dell'azienda di distribuzione.

È un premio, la ricompensa per i clienti migliori, per chi ha raggiunto con fatica e perseveranza determinati obiettivi commerciali, per chi ha mostrato fedeltà.

E per chi lo offre diventa un'opportunità per comunicare un messaggio strategico, per infondere senso di appartenenza, per trasmettere al cliente l'unicità del suo rapporto con l'azienda.

E solo un evento unico può far sentire unici!

Non a caso questi viaggi si chiamano "incentive".

L'incentivo, lo stimolo, la motivazione sta nel prendere parte a un evento nel quale, al di là di qualche possibile momento di formazione e confronto professionale, si parla solo il linguaggio delle emozioni.

Incentivare significa emozionare, partecipare a un evento memorabile, al di là di ogni fantasiosa aspettativa.

Significa entrare in una dimensione ludica, partecipare

a un'avventura collettiva, dove la condivisione di un'atmosfera unica cementa un sentimento di appartenenza e di fedeltà reciproca che farà sentire a lungo tutti parte di una grande famiglia.

Ecco perché il viaggio d'incentivazione gratifica tanto chi vi partecipa che chi lo organizza.

È un modo per premiare i clienti dei traguardi commerciali raggiunti, ma che si trasforma subito in uno stimolo per raggiungere nel futuro nuovi risultati insieme.

Ecco perché conta poco se si raggiunge la Costiera Amalfitana o si sorvolerà l'oceano per arrivare fino alle isole dei Caraibi.

Non importa la destinazione del volo: piuttosto quel che ci si va a fare, quel che saremo e ci sentiremo in quest'avventura comune.



**Come in amore, anche negli affari quel che conta non è la meta, ma il cammino per arrivarci insieme.**



# Viaggiare con Frascchetti

Quando l'incentivo della vacanza è l'atmosfera

**P**er Frascchetti i viaggi incentive sono un'occasione per cementare le relazioni con i clienti, per conoscerli lontano dal negozio e arricchire il rapporto lavorativo di calore umano. Invece per loro, per i dettaglianti, che cosa rappresentano queste iniziative?

## Savino Figliuolo, ferramenta "Centro Bricolage", Palazzo San Gervasio (PZ)

Hai mai partecipato a dei viaggi incentive organizzati da Frascchetti?

*"Sì, sono stato sulla crociera nel Mediterraneo e nel villaggio a Marsa Alam, in Egitto".*

Che ricordi conserva?

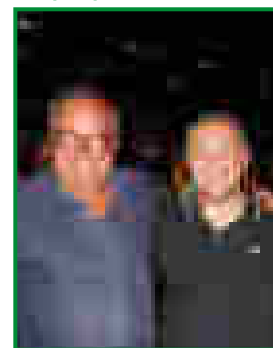
*"Ne sono rimasto contentissimo, esperienze che andavano oltre le mie aspettative".*

I viaggi organizzati da altri grossisti sono diversi?

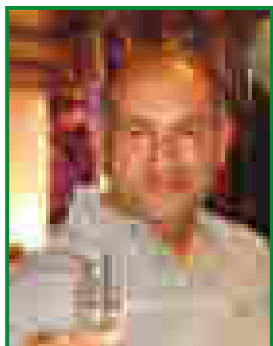
*"Non ho mai partecipato a viaggi di altri perché quando mi sono stati proposti avevano condizioni poco interessanti".*

Nel caso dei viaggi Frascchetti gli obiettivi per partecipare non sono onerosi?

*"Sono fattibili e, comunque, al di là degli sforzi fatti ne è sempre valsa la pena. Quindi, mi impegnerò anche per raggiungere quelli della campagna "Fiesta Mundial" necessari per la prossima vacanza".*



## Francesco Sirianni, ferramenta "Agrigarden", Acri (CS)



Mai partecipato a iniziative incentive Frascchetti?

*"Sì, crociera ed Egitto".*

Due viaggi molto diversi. Qualcosa li accomuna?

*"L'atmosfera calda e la buona organizzazione. Giorgio e Franco Frascchetti, così come gli agenti, ci hanno fatto sentire a nostro agio e hanno proposto sempre attività nuove e sorprendenti".*

Mai partecipato a viaggi di altri grossisti?

*"Sì, due, ma erano diversi. Eravamo lasciati più soli, il programma prevedeva meno attività di svago. Quando si viaggia con Frascchetti, c'è sempre qualcosa da fare".*

L'atmosfera degli incentive Frascchetti vale quindi lo sforzo economico necessario a partecipare?

*"Mi piace partire con Frascchetti proprio per l'atmosfera di armonia che si crea, per il gusto di stare insieme e di ritrovare le stesse persone viaggio dopo viaggio. Tuttavia, per incontrare gli obiettivi*

*di acquisto, mi resta della merce in magazzino troppo a lungo".*

Quindi non parteciperà alla vacanza di quest'anno?

*"Sarà difficile: devo ancora riuscire a vendere gli articoli comprati nella campagna per Marsa Alam".*

## Daniela Izzo, "Edil Ferramenta Epitaffio", Benevento



A quali viaggi incentive ha partecipato?

*"Con Frascchetti: crociera e Marsa Alam. Ho avuto proposte da altri grossisti ma per aderire dovevamo comprare prodotti che non trattiamo molto, per giunta a prezzi troppo alti".*

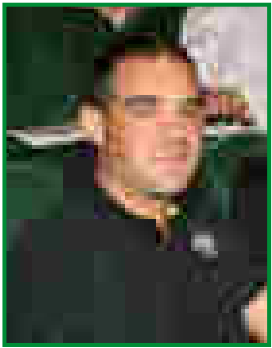
Che ricordi ha dei viaggi Frascchetti?

*"Bellissimi, ho persino le foto appese nel negozio. L'atmosfera che si crea, sia con gli altri rivenditori che con l'azienda, è speciale. S'instaurano vere amicizie: pensi che con dei colleghi conosciuti in viaggio ora periodicamente organizziamo dei pranzi insieme".*

Lo sforzo per partecipare vale il premio quindi?

*"Certo, è uno sforzo che si rinnova con piacere ed alleggerito dal fatto che da questi viaggi si torni sempre carichi".*

### Fabrizio Di Cosimo, ferramenta "Agrifaleri", Fabrica di Roma (VT)



A quali viaggi Fraschetti ha partecipato?

*"Egitto e crociera"*

Ricordi particolari?

*"L'ottima organizzazione, la sensazione di essere coccolati da Fraschetti"*.

Ha fatto anche viaggi organizzati da altri grossisti?

*"No, non mi sono mai stati proposti"*.

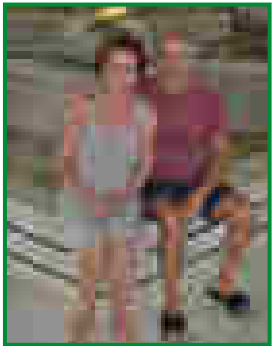
I target in termini di ordini posti da Fraschetti sono alti?

*"Non direi, tutti gli articoli proposti in queste campagne sono richiesti dai miei clienti"*.

Quindi raggiungerà anche gli obiettivi di "Fiesta Mundial"?

*"Ce la metterò tutta!"*.

### Vaccaro Matteo Angelo, ferramenta "Vaccaro", Serracapriola (FG)



A quali incentive Fraschetti ha partecipato?

*"La crociera, e poi i viaggi in Egitto e Tunisia"*.

Per cosa li ricorda in particolare?

*"Per la piacevolezza di essere stato insieme a un gruppo che, nato per ragioni professionali, ha saputo cementare relazioni umane"*.

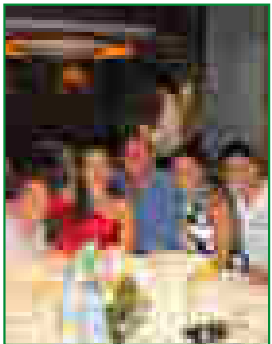
Mai partecipato ad altri incentive?

*"Sì, ma avevano un'impostazione diversa, la componente professionale restava preponderante. I viaggi Fraschetti hanno la particolarità di voler coltivare il capitale umano della relazione professionale"*.

Le condizioni per partecipare sono convenienti?

*"Chi ha partecipato già a viaggi Fraschetti non fa calcoli di costo-beneficio perché sa che sono esperienze impagabili. Per cui, spero di partecipare anche ai prossimi viaggi"*.

### Massimo Meleleo, ferramenta "Meleleo", Lavinio (RM)



Mai partecipato a viaggi con Fraschetti?

*"Sono stato con mia sorella sia in crociera che in Egitto. Esperienze entrambe piacevoli"*.

Diverse da quelle organizzate da altri grossisti?

*"Ho partecipato solo ad un altro incentive e includeva meno attività ricreative"*.

Difficile riuscire a partecipare ai viaggi Fraschetti?

*"Non direi e, comunque, il piacere del viaggio ricompensa il sacrificio commerciale"*.

Sta già lavorando sodo per poter partecipare al prossimo incentive dell'azienda?

*"A dire il vero, devo ancora studiare bene la proposta"*.





# FIDO

**Il nuovo capolavoro italiano.**  
Design, tecnologia, sicurezza.



Le nuove multiprese Fido si notano subito per la linea elegante, un design esclusivo brevettato Fanton che trova il suo punto di forza nell'innovativo sistema "Cavo orientabile", nato per tenere il cavo di alimentazione nella posizione preferita, sempre in ordine. Al design si aggiunge la tecnologia Fanton, con soluzioni di grande praticità come l'apertura vano morsetteria mediante 2 viti a scomparsa poste sul retro, o ancora le prese USB per caricare le apparecchiature elettroniche. Il tutto con la qualità e la sicurezza Made in Italy che Fanton garantisce per tutti i suoi prodotti.



## FANTON®

CAVI E COMPONENTI ELETTRICI



Viale dell'Industria, 8/10 - 35026 Conselve (PD)  
Tel. +39 049 95 97 911 - [www.fanton.com](http://www.fanton.com)

# UN NUOVO, INCREDIBILE ANNO CON KÄRCHER.



**Nuovo sistema  
pulizia vetri**



**Nuovi aspiratori  
multiuso**



**Nuove  
idropulitrici**

**KÄRCHER 2014.** Incredibile ma vero.



Dopo l'enorme successo europeo del **Window Vac**, l'aspiragocce Kärcher arriva anche in Italia, con una grande **campagna televisiva**.



Per tutto il 2014, Kärcher ha preparato **promozioni cash-back** per la nuova, innovativa gamma di **aspiratori multiuso e idropulitrici** Kärcher.



**KÄRCHER®**

makes a difference

info@it.kaercher.com  
www.kaercher.it