



# iFerr magazine

com'è fatto?

online.com N.14 / ANNO 2014

Publicazione mensile

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



40° anniversario Makita Italia



# Makita

NOVITÀ

# PUNTO ZERO

Anche  
contro la  
**ZANZARA  
TIGRE**

Amico per la pelle.  
**Nemico delle zanzare.**



Dalla qualità Cifo, il nuovo repellente anti zanzare a base di Icaridina che garantisce una protezione efficace e duratura.

In confezione da 100 ml, non unge e lascia sulla pelle un delicato profumo.

**Punto Zero.**  
**Zero fastidi, tanti vantaggi.**

**È un Presidio Medico Chirurgico.**

Utilizzare particolari precauzioni nell'utilizzo specialmente in ambiente chiuso.  
Leggere attentamente quanto riportato in etichetta. Conservare fuori dalla portata dei bambini.

**cifo**  
dal 1965

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

# FACAL

A person in a blue shirt and dark pants is climbing a tall, silver extension ladder. The ladder is positioned vertically, extending from the bottom of the frame towards the top. The background is a vibrant blue with a complex pattern of overlapping white and light blue geometric shapes, including rectangles and circles, creating a sense of depth and modernity. The overall lighting is bright and futuristic.

*... Le Scale Italiane*

*... Qualcosa che vale nel tempo*

# STANLEY®

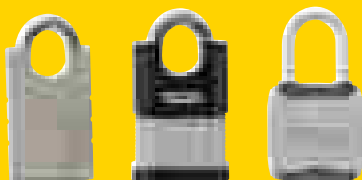
## STANLEY: UN UOMO, UNA VISIONE, 170 ANNI DI SUCCESSO

Nel 1843, Frederick T. Stanley fondò „The Stanley Works“ - una piccola industria che fabbricava bulloni e serramenti per porte in New Britain, Connecticut. La sua idea era quella di offrire prodotti che potessero diventare la prima scelta per i professionisti del settore in tutto il mondo.

## TRE LINEE DI LUCCHETTI OFFERTE DA STANLEY:

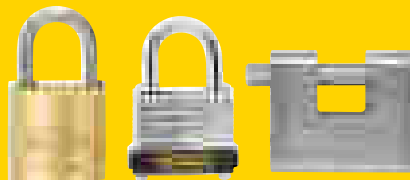
### STANLEY PROFESSIONAL SECURITY 24/7

La linea premium offre elevati livelli di sicurezza



### STANLEY KWIKSET SERIES

Lucchetti affidabili per uso quotidiano



### STANLEY TRAVELMAX

Un "must have" per i viaggi



TSA: lo standard internazionale per la sicurezza in viaggio

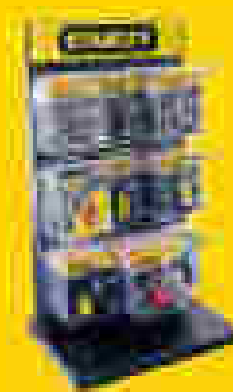


## IL MATERIALE PER IL PUNTO VENDITA PER MIGLIORARE LA VISIBILITÀ E LE VENDITE

- ✓ Espositori e clipstrip Stanley
- ✓ Pannelli e decorazioni da scaffale



Box espositore



Espositore da banco in metallo



Clip Strip

Spectrum Brands Italia srl

Via Ludovico il Moro 6 | Palazzo Pacinotti - Milano 3

20080 Basiglio (MI) Italy

Tel. (+39) 02.90448.311 | Fax (+39) 02.90756.096

P.IVA. 00866500234 | info.it@eu.spectrumbrands.com

www.varta-consumer.it | www.eu.spectrumbrands.it

 **VARTA**  
CONSUMER BATTERIES



# PROGETTI IL SUCCESSO DEL TUO BUSINESS? FERVI TI REGALA GLI ARREDI!

Scegli la Formula Fervi per il successo del tuo business! Non ti offriamo solo i migliori strumenti per la tua professione, un catalogo in costante crescita con quasi 5000 referenze, un sito internet sempre aggiornato e facile da consultare... ma Fervi ti fornisce gratuitamente anche gli arredi ideali per valorizzare al massimo il tuo

negozio e mostrare meglio la merce: **espositori per l'utensileria manuale o per le bussole, teche per gli strumenti di misura, gazebo e materiali modulari per fiere...** diventa Rivenditore Autorizzato e vedrai che i tuoi successi con Fervi non finiranno mai!

**Fervi.com**

# TROVARE i Partner Giusti

per sviluppare il proprio business



Periodico dedicato alla industria e alla distribuzione dei prodotti sicurezza  
il mezzo specializzato sulle tematiche di marketing sulle strategie  
dei principali protagonisti di questo business

**Editore Marketing & Multimedia  
MaMu SRL**

**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)

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



# SILKY NUOVA GAMMA COLORE

La gamma Silky si rinnova. Ancora più facile e trendy distinguere le tue chiavi!  
Comode confezioni assortite da 100 pezzi. Colori: giallo, verde brillante, azzurro, violetto, nero.  
Disponibili sui seguenti articoli: UL050, UL051, UL052, UL089, CS206.

## SILKEY®

Silca Your Key Partner



## iFerr Magazine: Distribuzione e diffusione Qualificata in 11.000 copie

**iFerr Magazine** è punto di raccordo culturale tecnico e commerciale e di interazione qualificata dell'intera filiera distributiva della ferramenta

**iFerr Magazine** non è una rivista gratuita, ma è possibile riceverla gratuitamente grazie alla **partnership** con i più importanti distributori all'ingrosso, i produttori più **lungimiranti** e le più significative associazioni istituzionali e professionali di categoria.

**11.000 rivenditori** al dettaglio in tutta Italia ricevono così **puntualmente** **iFerr Magazine**, perché segnalati direttamente dai loro **grossisti di fiducia** o grazie alla collaborazione con le **associazioni** istituzionali e professionali di riferimento

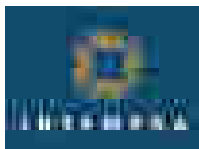
Se sei interessato a saperne di più scrivici a:  
**info@iferronline.com** e sarai subito ricontattato





iPartner esclusivi di:

iFerr iFerr iFerr





10 iNews

**com'è fatto?**

18 **i 12, che fanno la differenza**

In Mobil Plastic, storica azienda di riferimento nella lavorazione di materie plastiche, per scoprire come è fatto un bidone per la raccolta differenziata.

**iGiovani**

26 **Ferramenta Salvatore**

**Francesca Salvatore: l'allenatrice, è in ferramenta!**

15 anni fa entra nell'azienda di famiglia: ha 26 anni, si è laureata in scienze politiche a Milano, ma la sua carriera inizia al ricevimento merci. Perché per gestire un'azienda, bisogna conoscerla dalle sue fondamenta.

**Ferramenta Cobianchi**

28 **Francesco Martini: giovani, all'arrembaggio!!**

È un giovanissimo. Un giovanissimo che è entrato nell'azienda di famiglia (della suocera) come aiuto magazziniere, e che passo dopo passo è riuscito a ritagliarsi un ruolo decisamente importante: responsabile delle importazioni a marchio privato.

**iCommerciali**

30 **Gennaro Savarese**

**...san Gennaro?**

Classe 1966, è una delle punte della Frascchetti, un vero attaccante che non perdona le distrazioni della difesa avversaria, ed esercita un pressing positivo sulla propria clientela che sa di poter contare assolutamente sulla sua precisione e puntualità.

**iN primo piano**

34 **Keyline**

**Nasce Keyline Italia**

L'azienda, che ha sede a Conegliano in provincia di Treviso, è decisamente innovativa, nel contesto globale della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche.

**Aggregazioni**

38 **Boninsegna: un servizio Bilingue**

La distribuzione in Trentino Alto Adige secondo Boninsegna, storica azienda che ha fatto del servizio e dell'aggregazione, due leve strategiche per crescere e consolidare il business.

42 **Malfatti&Tacchini Next**

**Pccato non c'essere stati!**

Il 18 maggio alle porte di Milano, nella nuova sede Malfatti & Tacchini, il mercato della ferramenta e dell'utensileria, si è incontrato.

	<b>iRete</b>		<b>iTech</b>
47	<i>Grossisti in rete</i> <b>Ricominciamo da (questi) due!</b> I rivenditori dettaglianti sembrano appassionarsi a questa rubrica che analizza i siti web dei propri fornitori grossisti e sostengono che stiamo ottenendo l'obiettivo prefissato.		80 <b>App X Fun!</b> Applicazioni inutili e divertenti, per strappare un sorriso... tra un servizio e l'altro.
	<b>iPartner</b>		82 <b>Le novità hi-tech in campo medico</b> La tecnologia e la ricerca dell'hi-tech nel campo medicale. Ecco alcune novità.
50	<i>Studio Mario Silvano</i> <b>Non è più come prima</b> Ovvero: la vendita creativa, in un mercato che cambia. Si parla di vendita creativa da sempre, ma oggi ne sentiamo maggiormente la necessità.		<b>iProtagonisti</b>
	<b>iPartners</b>		87 Nuovo catalogo Vorpa 2014.
54	<i>Fox &amp; Parker</i> <b>Il progetto FerrCredit</b> Nasce il 30 agosto 2013 dall'esigenza dei grossisti di forniture di dotarsi di strumenti avanzati in grado di limitare il rischio di impresa, i ritardi di pagamento e le perdite sui crediti.		88 <i>Fanton</i> <b>Innovazione 100% made in Italy</b> L'azienda nasce negli anni cinquanta, con la produzione di materiale elettrico. Alla terza generazione molte cose sono cambiate, ma è sempre rimasta la volontà di essere dinamici, propositivi e innovativi.
58	<i>Studio Sarno Marrone &amp; Associati</i> <b>Finanziamenti agevolati</b> Per i beni strumentali delle pmi (piccole e medie imprese), finalmente in dirittura d'arrivo la nuova Legge Sabatini.		90 <i>Ambro-Sol</i> <b>Un futuro di solide alleanze</b> Un'azienda dinamica e in espansione, tra le poche realtà italiane produttrici di spray tecnici e vernici spray. Con grandi obiettivi per il futuro che passano attraverso il rapporto di partnership con la distribuzione.
62	<i>Teamforce</i> <b>Welfare aziendale</b> Ovvero: il benessere per i dipendenti. Chi lo sta praticando conferma che i conti tornano. Si riduce di molto il tasso di disoccupazione, efficienza e qualità aumentano e alla fine conviene a tutti.		92 <i>Ineco</i> <b>Qualità a tempo di record</b> Un'azienda giovane e dinamica specializzata in strumenti di misura ed utensili per l'industria in grado di rispondere ad ogni esigenza, anche la più specifica. Con un servizio di consegna ad alta efficienza.
66	<i>Intempra</i> <b>Social Media Marketing</b> Con il Social Media Marketing, un'azienda, un brand, un prodotto o servizio, possono accrescere la loro popolarità, facendosi conoscere ed apprezzare da un vasto pubblico.		94 <i>Securemme</i> <b>La ricerca della sicurezza</b> Da quasi cinquant'anni nel mercato delle serrature di sicurezza, Securemme è diventata sinonimo di esperienza e innovazione. L'impegno a investire nella tecnologia e nelle risorse umane è uno dei suoi punti di forza.
	<b>Approfondimenti</b>		
70	<i>Raccolta differenziata</i> <b>Assortimenti differenziati!</b> Quando alcuni comuni (pochi, lungimiranti e forse un po' visionari) hanno iniziato a introdurre le prime regole per il trattamento dei rifiuti domestici, eravamo davvero tutti impreparati. Oggi la situazione è molto cambiata, e il mercato risponde in maniera esaustiva alle nostre aspettative.		



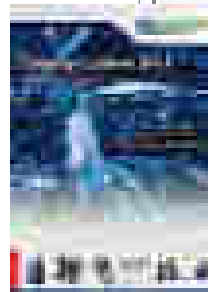
## Benessere silenzioso



**O**limpia Splendid presenta nel mercato della climatizzazione due novità che vanno ad arricchire la gamma dei condizionatori portatili Dolceclima: Dolceclima Silversilent e Dolceclima Cube. Nello specifico Dolceclima Silversilent si caratterizza per l'ottima combinazione tra potenza di refrigerazione (10.000 BTU/h) e un funzionamento tra i più silenziosi della sua categoria. I suoi punti di forza: ottime performance in classe A di efficienza energetica; grazie al Silent System è fino al 10% più silenzioso alla minima velocità; Blue Air Technology già alla minima velocità la diffusione dell'aria è amplificata rispetto ai sistemi tradizionali con un raffrescamento fino a 2 volte più rapido ed omogeneo. È dotato della funzione Sleep, che garantisce una rumorosità ancora più ridotta per un maggior benessere notturno. Il design è 100% italiano. Tutto su [www.olimpiasplendid.it](http://www.olimpiasplendid.it)

## Nuovo catalogo per Pastorino Expert

**È** uscito il nuovo catalogo di Pastorino Expert, la raccolta completa di oltre 2000 prodotti dedicati alla ferramenta, ai professionisti dell'industria e all'automotive. L'impostazione grafica semplice e moderna facilita la rapida consultazione. Un indice generale guida l'utente tra le 7 macro categorie di prodotto: la gamma completa, gli utensili pneumatici, gli utensili per l'autoriparazione, gli espositori da banco, le pareti espositive, i prodotti appendibili, l'abbigliamento e merchandising. Più di 90 le novità di quest'anno dai banchi da lavoro alle chiavi dinamometriche, dalle chiavi maschio a T con testa esagonale ai nuovi avvitatori pneumatici, tutte evidenziate graficamente per facilitarne l'individuazione. Il catalogo è disponibile sia in formato cartaceo che digitale.



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

## Gewiss partner del Padiglione Italia a Expo 2015

**G**ewiss sarà sponsor ufficiale di Expo Milano 2015 e partner di Padiglione Italia. Coerentemente con il tema della manifestazione, "Nutrire il pianeta. Energia per la vita", Gewiss offrirà il proprio know-how e la propria esperienza nell'ambito della fornitura di soluzioni per la gestione intelligente dell'energia e dell'illuminazione nello spazio architettonico di Padiglione Italia ed Expo 2015. "Da sempre", ha spiegato Domenico Bosatelli, presidente di Gewiss, "abbiamo investito sullo sviluppo delle più avanzate soluzioni per la domotica, la sicurezza, l'energia e l'illuminazione in ambito domestico, industriale e terziario. Abbiamo quindi realizzato e messo a disposizione di Expo

2015 e Padiglione Italia i nostri dispositivi, che consentono a tutti di vivere in edifici più sicuri e confortevoli, oltre ai nuovi sistemi d'illuminazione, che sfruttano al meglio le peculiarità della tecnologia Led e permettono di ottenere il massimo risparmio energetico e il miglior comfort visivo". [www.gewiss.com](http://www.gewiss.com)



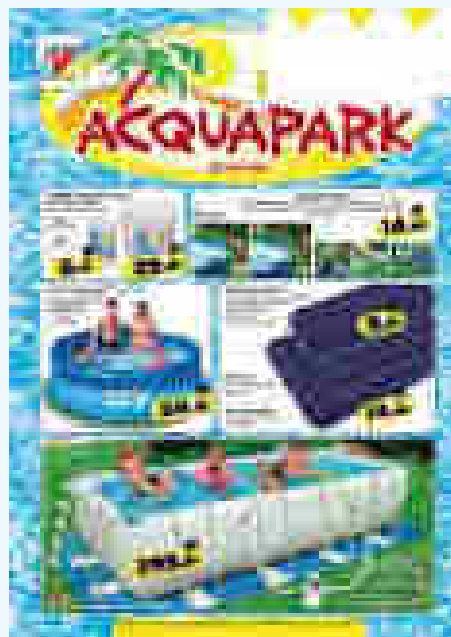
## Black+Decker rinnova il marchio

**B**lack+Decker annuncia un nuovo marchio per elettroutensili, prodotti da giardino e piccoli elettrodomestici. Con alle spalle un secolo di storia, la nuova identità rivitalizza uno dei marchi più riconoscibili al mondo attraverso una attenta e curata riprogettazione in una veste essenziale. Il nuovo logo Black+Decker è stato concepito in modo da apparire semplice, chiaro ed impattante. Per confermare la propria posizione di marchio di riferimento a livello globale, Black+Decker lancerà nuovi prodotti e campagne finalizzati a dare ulteriore energia al marchio, coinvolgendo i propri consumatori per mostrare come questo brand è da sempre il benvenuto nelle case di tutto il mondo.

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



## Occasioni per l'estate



**I**nformazioni e grandi occasioni nei tre giornalini presentati da Fratelli Vitale per l'estate, dedicati alla ferramenta, al garden e all'acquapark. 2100 articoli a prezzi scontatissimi e bloccati fino al 31 agosto 2014. Ricco di prodotti professionali, utensili e casalinghi il giornalino Mondo Ferramenta; dedicato all'arredo da esterno, giardinaggio e pet il giornalino Mondo Garden; infine il giornalino Acquapark nella versione maxi da 20 pagine riservato al mondo delle piscine e degli accessori da mare. I giornalini sono caratterizzati da prodotti a prezzi competitivi e marchi di riferimento come Bosch, Henkel, Fischer, Claber, Mc Culloch, Intex insieme ai marchi di proprietà: Utilia, Confine, Tata Linda, Globex. Da quest'anno il giornalino è disponibile anche online sul nuovissimo sito [www.fratellivitale.com](http://www.fratellivitale.com). Per tutte le adesioni online sono previsti vantaggi e sorprese.

## Pedalare in sicurezza



**V**arta presenta il set Led Bike Light, in grado di garantire una perfetta visibilità della strada e sicurezza a tutti i ciclisti a qualsiasi ora del giorno e della notte, in qualsiasi condizione atmosferica. La luce anteriore è realizzata con Led bianchi e ha un raggio di luce estremamente potente in grado di illuminare fino a 92 metri, quasi

quanto il faro di una moto. La luce posteriore è realizzata in plastica dura con tre Led rossi. Le luci Varta Led Bike Light sono conformi allo standard tedesco StVZO, uno dei codici stradali più attenti alla sicurezza, all'avanguardia d'Europa. Un indicatore a Led permette inoltre di verificare lo stato di carica in qualsiasi momento evitando di rimanere al buio. Bel riconoscimento inoltre per l'impegno Varta che si aggiudicata il prestigioso riconoscimento internazionale Red Dot Design Award 2014, con il nuovo caricabatteria per smartphone Mini Powerpack.

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

## Vacanza da sogno a Marrakech



**B**iemmedue, azienda di riferimento nella progettazione e produzione di generatori d'aria calda, deumidificatori professionali, idropultrici e moto spazzatrici, in collaborazione con Mtm Hydro, specializzata nella produzione e vendita di componenti per il car wash e per idropultrici, hanno offerto ad aprile un lungo week end tutto incluso ai clienti che hanno raggiunto gli obiettivi di fatturato.

La destinazione? La magica Marrakech. Un fine settimana indimenticabile, commentano i fortunati vincitori che ha ulteriormente rinsaldato i rapporti di collaborazione e partnership. [www.biemmedue.com](http://www.biemmedue.com)

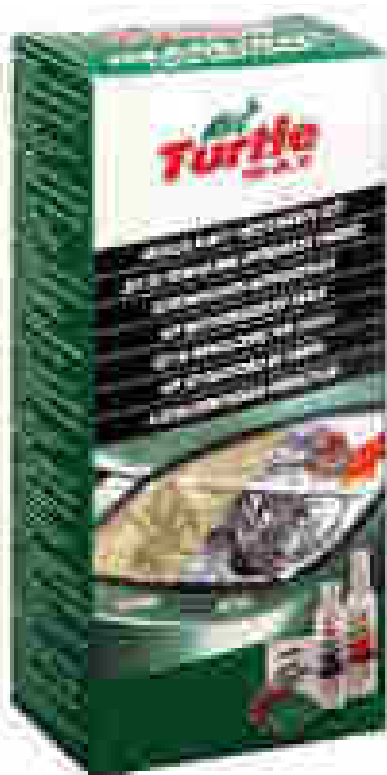
## iFerr scala le classifiche

**L**a squadra di calcio da tavolo, il famoso subbuteo, sponsorizzato da iFerr, ha partecipato ai campionati nazionali a San Benedetto del Tronto che si sono tenuti il 12 e 13 aprile. Con grossa soddisfazione la nostra squadra, il Cremona, ha conquistato la serie C. Un primo importante passo verso la vetta.

[www.scstradivari.weebly.com](http://www.scstradivari.weebly.com)



# Per vederci meglio



Lampa, storica azienda mantovana nel settore di ricambi per auto, ciclo e camion, presenta il nuovo kit rinnova fari Turtle Wax. Studiato appositamente per dare nuova vita ai fanali che esposti alle intemperie a all'uso obbligatorio perdono naturalmente la loro trasparenza, tendendo ad ingiallire e a graffiarsi, consente di ripristinare i fari nel loro stato ottimale con una semplice operazione che richiede solo 10/15 minuti. E se l'estetica è importante, ancora di più è l'aspetto sicurezza: i fari sono i nostri occhi nelle ore notturne e il loro degrado e progressivo calo di efficienza vanno a limitare la nostra visibilità. Tute le informazioni su [www.lampa.it](http://www.lampa.it)

# Un barbecue in allegria

Palazzetti presenta un barbecue a gas dalla forma allegra, divertente, originale e colorata. Si chiama Joysteak e la designer è la spagnola Agatha Ruiz de La Prada. Compatto e maneggevole Joysteak ha la struttura portante interamente realizzata in acciaio inossidabile, il coperchio e gli appoggi laterali sono nei vivaci colori fucsia, arancio, bluette e giallo. Dotato di una piastra di cottura dietetica, che consente un migliore deflusso dei grassi di cottura, rivestimento antiaderente e due piani laterali in acciaio inox regolabili su due livelli, Joysteak dispone di un carter di contenimento bruciatore in acciaio smaltato e di un bruciatore in acciaio inox, con regolazione fine - potenza di 4,6 kW. È disponibile con il coperchio per una cottura tipo forno (ideale per pollo, pizza e piadine) e con 4 ruote in acciaio inossidabile, di cui 2 frenanti, che ne assicurano la maneggevolezza. [www.palazzetti.it](http://www.palazzetti.it)



# Fasteners & Tools

rivetti - bulloni a strappo - ribattitori - ocochelli - inserti - dadi in gabbia - piastrine - elicoioli - autoagganciati - perni a saldare - dadi e viti a proiezione - viteria in plastica inox e ferro - chiusure - rivettatrici - tirainseriti - tirainseriti - macchine

## RIVIT FASTENERS

PROGETTAZIONE E PRODUZIONE DI SISTEMI DI FISSAGGIO E RELATIVI UTENSILI PER LA POSA

### TIRAINSERITI

RIV998



Per inserti M3-M12 2 fasi

### RIVETTATRICI

RIV503



Per rivetti Ø 4.8

RIV938



Per inserti M3-M10 1 fase

RIV504



Per rivetti Ø 6.0-6.4

RIV938S



Per inserti M3-M6 1 fase

RIV536



Testa girevole 360°

RIV949



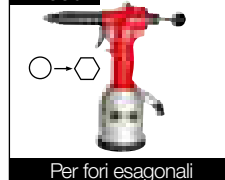
Per inserti M3-M12

RIV510B



Per rivetti Ø 10.0

RIV990



Per fori esagonali

RIV300



Per rivetti in cartuccia

RIV790 12V



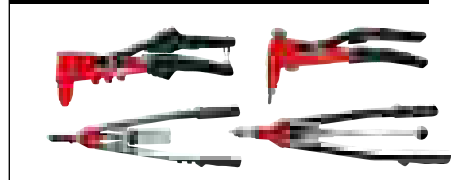
Per inserti M3-M8

RIV750-760 12V

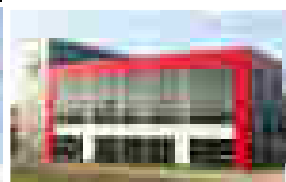


Per rivetti Ø 5.0

### RIVETTATRICI E TIRAINSERITI MANUALI



P150113



Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

1973 2013



RIVIT Srl via Marconi 20 loc. Ponte Rizzoli 40064 Ozzano dell'Emilia (BO) tel +39 051 4171111 fax +39 051 4171129 [www.rivit.it](http://www.rivit.it) rivit@rivit.it

## La casa tecnologica

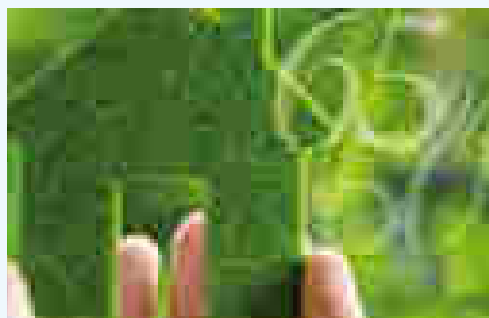
**L**eroy Merlin ha realizzato insieme a Doxa l'Osservatorio sulla casa, un progetto a lungo termine che ha come obiettivo raccogliere informazioni, comprendere le necessità e i cambiamenti degli stili abitativi degli italiani, oltre a mettere in evidenza l'andamento e lo sviluppo del settore. Dalle risposte emerge il desiderio degli italiani di avere nelle proprie case le tecnologie disponibili in vari settori. L'83% degli intervistati ha identificato come prioritario i sistemi sensibili alla luce e alla presenza di persone negli ambienti, che si accendano, si spengano e si regolino in totale autonomia. Avere un impianto di climatizzazione automatico, che sia in grado di accendersi e regolarsi, anch'esso, in autonomia basandosi sulla presenza di persone in una determinata stanza è stato scelto dal 69,9% degli intervistati. Ma al secondo posto un tema di grande rilevanza: la salute. Il 78,5% delle persone desidera che sia automatica una connessione continuativa a distanza con servizi di assistenza come soccorso medico e vigilanza.

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



## Boom delle ristrutturazioni

**L**e detrazioni fiscali del 50% e 65% sulle ristrutturazioni e il risparmio energetico stanno producendo risultati molto positivi. Secondo i dati del Cresme e del Servizio Studi della Camera, nel corso del 2013 le famiglie hanno investito complessivamente 28 miliardi (di cui 4,8 miliardi di Iva pagati allo Stato). Una significativa impennata si è registrata nei primi due mesi del 2014: 5,7 miliardi al netto di Iva, di cui 4,5 a gennaio (+ 54 rispetto al primo bimestre 2013). Secondo le stime Cresme è cresciuta notevolmente la percentuale di interventi incentivati rispetto al totale del mercato relativo alla riqualificazione edilizia: nel 2013 il dato si è attestato al 60,7% del totale, cioè 27,3 miliardi incentivati su un totale di 45 miliardi. [www.angaisa.it](http://www.angaisa.it)



## Ideali per professionisti

**D**eWalt lancia la nuova gamma di tassellatori SDS Plus, nati dalle reali esigenze di elettricisti civili e industriali, idraulici e muratori. I nuovi tassellatori sono ideati per svariate applicazioni professionali come forature passanti tubazioni e aerazione, fori con corone, fori per ancoraggi e per riprese di getto, scanalature, scalpellature leggere. Robusti e affidabili, compatti e bilanciati per lavorazioni prolungate e che garantiscano forature veloci di diversi diametri e sistemi di protezione attivi dalle vibrazioni sono la perfetta risposta alle esigenze dei professionisti. [www.dewalt.it](http://www.dewalt.it)





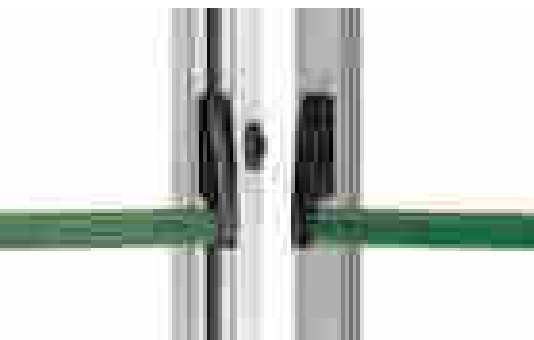
## Nuovo look per cfadda.com

**C**Fadda Fai da te ha inaugurato il nuovo sito istituzionale, la cui novità più importante è l'introduzione della sezione e-commerce. Il design è completamente cambiato per lasciare maggior spazio a una comunicazione immediata, i contenuti sono ordinati, chiari e facilmente raggiungibili dalla homepage. Su [www.cfadda.com](http://www.cfadda.com) lo shop online presenta un assortimento di oltre 8000 articoli, in costante aggiornamento ed espansione. Grande attenzione è stata data alla presentazione dei prodotti all'interno dell'esposizione virtuale, tutte le immagini sono ad alta risoluzione, con la possibilità di zoomare sui particolari delle foto, e corredate da schede tecniche dettagliate. La ricerca del prodotto è facilitata, e ampio spazio è stato dato anche alla sezione news ed eventi. Non mancano ovviamente i collegamenti con i social network. Una dimostrazione della continua volontà di innovare che caratterizza CFadda. [www.cfadda.com](http://www.cfadda.com)



## Niente panico, c'è Juarra

**S**avio presenta il nuovo maniglione antipanico Juarra. Prende il nome da Filippo Juarra, uno dei più grandi e importanti architetti e scenografi del Barocco ed eccelle per estetica, prestazioni e sicurezza. Il design è pulito e compatto. Per questo prodotto Savio ha creato componenti studiati per limitare le usure e ridurre gli attriti, sia nei materiali che nelle



forme. I risultati sono una resistenza e una durata notevoli: Juarra è stato testato su porte da 300 kg, secondo la norma EN 1125:2008, fino a 2 milioni di cicli, 10 volte il massimo livello normativo

richiesto. Il nuovo maniglione è dotato di scrocco piatto traslante per eliminare qualunque impuntamento in fase di apertura ed è studiato per offrire una maggior resistenza ai tentativi di effrazione. [www.savio.it](http://www.savio.it)



## Marchi di qualità per il professionista



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

Abbiamo sede ad Ossona (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)**



## Pratici e robusti

**U**sag ha ampliato la gamma dei contenitori portautensili in tessuto per facilitare il trasporto degli attrezzi dei professionisti. Ecco che nascono l'organizer 007 ORV, la borsa porta notebook 007 PCV, lo zaino 007 SV e il trolley 007 TV. Massima l'attenzione nella scelta dei materiali, privilegiando tessuti ad alta resistenza, forma ergonomica e design innovativo. Pratici grazie al grande numero di tasche, consentono di avere tutto a portata di mano, dai documenti al computer.

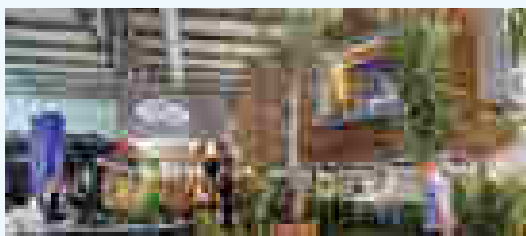
[www.usag.it](http://www.usag.it)



## Una SPA sull'albero

**U**na SPA tra le chiome di un albero è ora un sogno realizzabile. L'ha fatto Jacuzzi azienda di riferimento nelle attrezzature wellness. Original Wellness TreeHouse, realizzata da Sullalbero per Jacuzzi e presentata all'ultimo Salone del Mobile, è una TreeHouse che permette di portare il benessere in una nuova dimensione: tra le chiome degli alberi, in un contatto reale e profondo con l'ambiente naturale. Immersi completamente nella natura, circondati da colori, luce, aria ci si può godere tutto il benessere di una SPA. Un'esperienza nuova e emozionante.

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

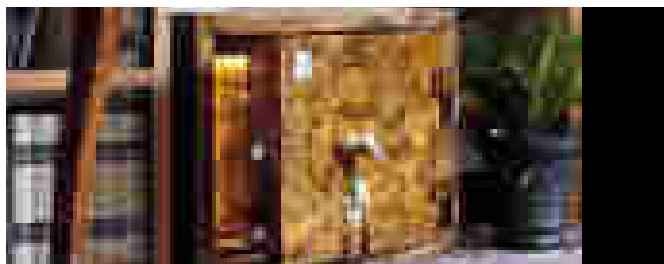


## A prova di consumatore



**B**Ticino presenta una nuova linea di prodotti pensata per offrire soluzioni ai problemi quotidiani. I primi due nuovi prodotti di questa linea sono Be USB e Be Twilight, rispettivamente un adattatore USB e una luce on-off automatica, disponibili nei punti vendita a partire da aprile. Una sola forma, un packaging unico, trasparente e dal minimo impatto ambientale, diverse funzioni: è questo il punto di forza di questa serie di prodotti, che sono compatibili con tutte le prese. Sul punto vendita un espositore interattivo consente al consumatore di testare le funzionalità del prodotto in loco e un depliant spiega nel dettaglio le caratteristiche delle diverse proposte della linea. Inoltre, attraverso il QR code presente sul packaging, è possibile visualizzare il video esplicativo del relativo prodotto direttamente sul sito. [www.bticno.it](http://www.bticno.it)

## Raffinata sicurezza



In occasione del centenario, Conforti che si occupa di sicurezza dal 1912, propone Luxury Radica, mezzi forti made in Italy realizzati con passione e professionalità. Creati per la custodia di beni e valori in ambienti domestici e professionali, sono dedicati a coloro che oltre alla protezione desiderano un prodotto unico e raffinato. Luxury Radica, rivestiti interamente in radica di noce pregiata, hanno ottenuto la certificazione secondo la norma europea UNI EN 1143-1 nei diversi livelli di sicurezza, inoltre Conforti al fine di ottenere un prodotto di altissima qualità, controlla ogni singola fase del processo di lavorazione. L'interno dei mezzi forti è proposto con varie possibilità di arredamento per riporre al meglio gli oggetti preziosi da custodire. E' possibile infatti scegliere l'arredamento desiderato fra ripiani a giorno e cassetti di diversi formati.

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

## Recinzioni di lunga durata

Colorado e Nevada sono due nuove soluzioni di Betafence per reti e recinzioni di giardini. Sono proposte belle e pratiche per garantire protezione e privacy sia negli spazi residenziali che professionali. Entrambe sono costruite in pvc, materiale che non richiede pulizia e manutenzione ed ha una lunga durata nel tempo, la garanzia è di 10 anni. In particolare Nevada, in doghe, è un oscuramento per il pannello Bekafor. Disponibile nella versione effetto legno scuro, effetto legno chiaro e verde è indicato per realizzare delimitazioni dall'aspetto molto naturale. Ideale per le applicazioni cittadine, esiste anche la versione antracite. L'installazione è semplice, e viene commercializzato in kit contenenti 50 strisce verticali, max 4 orizzontali (secondo altezza pannello) e 50 clips. [www.betafence.it](http://www.betafence.it)



## Utensili **FORTI** per lavori **DURI**

Nella gamma di utensili professionali Fumasi, trovi la soluzione ottimale per ogni tua esigenza di lavoro



**fumasi**  
PROFESSIONAL TOOLS  
by Gimap

info@fumasi.it - [www.fumasi.it](http://www.fumasi.it)  
Tel. +39 0341 818000 - 818083





fatto?

In Mobil Plastic, storica azienda di riferimento nella lavorazione di materie plastiche, per scoprire come è fatto un bidone per la raccolta differenziata.

# i 12, che fanno la differenza

**P**er raccolta differenziata si intende un sistema di raccolta dei rifiuti solidi urbani che prevede, per ogni tipologia di rifiuto, una prima selezione e differenziazione in base al tipo, da parte degli stessi utenti che sono tenuti a smaltire gli scarti secondo puntuali logiche di smaltimento intelligente. Questo sistema, per fortuna sempre più diffuso e rigoroso, prevede quindi un intervento attivo da parte dei cittadini, che sono chiamati direttamente in causa, anche attraverso coercizioni di tipo sanzionatorio. Naturalmente differenziare la raccolta dei rifiuti vuol dire prima di tutto organizzare spazi e strumenti, nelle case. Ma come nascono, i bidoni per i rifiuti in plastica? Per rispondere al quesito, abbiamo visitato lo stabilimento produttivo Mobil Plastic di Pavia, azienda specializzata nella progettazione realizzazione e commercializzazione di prodotti in materiale sintetico e plastico.

## IL PROCESSO

Tanto per cominciare, è necessario sapere che un bidone in materiale plastico (polimero) si ottiene attraverso una lavorazione detta stampaggio a iniezione.

## 1 - materia prima

A seconda dei periodi e dei cicli produttivi, la materia prima (polimeri in granuli) di colore neutro, è caricata nei silos, da sacchi di 25 kg o direttamente da apposite cisterne.



## 2



## 2 - COLORE

In altri silos viene caricata la materia prima colorata materia (polimeri in granuli colorati, anche detto master).

3



### 3 - MISCELATURA

I polimeri di colore neutro e quelli colorati (master) in proporzioni prestabilite secondo specifiche percentuali che determinano il colore finale del manufatto, vengono caricati in una macchina miscelatrice (a forma di a imbuto, con carica dall'alto e prelievo dal fondo), che provvede al loro mescolamento. La macchina funziona secondo il principio di un comune miscelatore: attraverso una coclea rotante, i granuli ruotano dall'alto al basso del serbatoio, per poi ricadere ancora e mescolarsi così in maniera omogenea. Naturalmente la durata del processo varia in funzione della quantità di prodotto immesso.

### 4 - PRELIEVO

A questo punto la miscelatrice scarica i granuli in un serbatoio, al quale è collegato un tubo pneumatico. Per aspirazione pneumatica, il tubo provvede al prelievo automatico del prodotto miscelato e al trasferimento alla pressa per iniezione.

4



5

### 5 - ALLO STATO LIQUIDO

Nella pressa il polimero passa attraverso una vite senza fine riscaldata oltre i 200°C, che lo riduce allo stato liquido. Il sistema si basa su di una vite senza fine a profilo e sezione variabile, contenuta in un cilindro riscaldata elettricamente. La vite ruota intorno al suo asse e agisce da pistone.



## 6 - LO STAMPAGGIO

La vite senza fine spinge il materiale caldo e liquido in una cavità (stampo a due semi-stampi, maschio e femmina) che gli conferisce la forma e al contempo raffredda il materiale affinché la forma data sia mantenuta. A questo punto, il semistampo esterno (femmina o matrice) si stacca, e il pezzo prefinito rimane attaccato al semistampo interno (maschio o punzone).

## 7 - PRELIEVO

In automatico il bidone prelavato viene estratto dal punzone da un robot manipolatore.



Lo stampaggio a iniezione è un processo di produzione industriale in cui un materiale plastico viene fuso e iniettato ad alta pressione all'interno di uno stampo chiuso, che viene aperto dopo il raffreddamento del manufatto. Generalmente l'iniezione avviene a pressioni e temperature abbastanza elevate da consentire lo scorrimento del materiale plastificato all'interno del macchinario. Il macchinario (detto **pressa ad iniezione**) che permette l'operazione di stampaggio a iniezione è costituito da un gruppo iniezione collegato a un gruppo chiusura. Il gruppo iniezione ha il compito di riscaldare fino a fusione e quindi plastificare il materiale e di spingerlo poi all'interno dello stampo (grazie all'azione di un pistone o di una vite mobile), mentre il gruppo chiusura ha il compito di tenere chiuso lo stampo (idraulicamente o meccanicamente) durante la fase di iniezione, contrastando l'alta pressione generata dal gruppo iniezione.

### CICLO DI FUNZIONAMENTO

Il ciclo di stampaggio a iniezione inizia così: i granuli del polimero plastico da stampare, contenuti in un apposito serbatoio

anche detto tramoggia, vengono fatti cadere all'interno del cilindro tramite la rotazione e l'arretramento della vite di alimentazione e plastificazione. All'interno del cilindro i granuli vengono riscaldati da una serie di resistenze elettriche fino oltre la loro temperatura di fusione e plastificati dalla rotazione della vite seguendo uno specifico programma impostato in funzione del tipo di materiale, della grammatura del pezzo e della compattezza del pezzo finito. La pressa ha nel contempo provveduto alla chiusura dello stampo e può quindi iniziare la fase di iniezione del materiale. A questo punto la logica di gestione della pressa dà il via all'apertura dello stampo per permettere l'estrazione del pezzo stampato. Questa può avvenire con un sistema a punzone meccanico, con martinetto idraulico, oppure mediante estrazione pneumatica, svitamento elettrico o idraulico.

### PER TAPPE

In estrema sintesi, il ciclo macchina tipico può essere così definito:

- **Caricamento e fusione:** la vite gira prelevando il ma-





## 8 - FINITURA

Il robot manipolatore porta il semilavorato a un utensile da trancio che provvede a eliminare la matarozza o testimone (residuo cilindrico di materia plastica dovuta al moto di iniezione della materia prima liquida).

teriale per caduta (in granuli dalla dimensione variabile da 1 a circa 5 mm) da una tramoggia fissata al cilindro; il materiale, avanzando verso la testa del cilindro, fonde per effetto del riscaldamento del cilindro e dell'attrito. L'accumulo del materiale plastificato nella parte anteriore del cilindro fa arretrare la vite determinando la quantità di materiale che verrà iniettata.

- **Chiusura e bloccaggio dello stampo:**

i due semistampi (maschio e femmina, o matrice e punzone) vengono avvicinati velocemente in bassa pressione e a pochi decimi di distanza vengono bloccati in posizione di massima forza di chiusura.

- **Iniezione:** alla vite viene applicata una velocità controllata, con libertà di utilizzo della pressione idraulica disponibile. La vite, spostandosi rapidamente in avanti, come un pistone, forza il materiale fuso, attraverso l'ugello, nella cavità dello stampo.

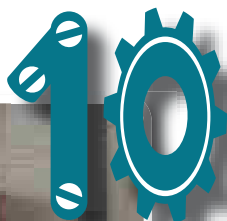
- **Apertura dello stampo ed estrazione/espulsione del pezzo** (automatica, manuale o assistita da manipolatori esterni).

I pezzi ottenuti dallo stampaggio richiedono delle operazioni accessorie come l'asportazione del materiale residuo degli attacchi di iniezione (anche detto materozze).



## 9 - I COPERCHI

Contemporaneamente, in un'altra linea di produzione, si provvede alla realizzazione di coperchi, che, una volta finiti, vengono impilati, posti su una griglia di trasporto, e portati al reparto di montaggio.



## 10 - TRASFERIMENTO

Il bidone viene posato su di un nastro trasportatore che lo trasferisce alla stazione di assemblaggio.



## 11 - ASSEMBLAGGIO

Un operatore specializzato provvede manualmente all'assemblaggio dei componenti (coperchio, unito al bidone da due perni, e le ruote, tenute insieme da un assale metallico). Sono passati circa 2 minuti, dall'inizio del processo di stampaggio.



## A PROPOSITO DI MOBIL PLASTIC



Nel 1968 inizia l'attività di Mobil Plastic. L'idea è di realizzare prodotti in materiale termoplastico per archiviare, catalogare, classificare e ordinare materiali di ogni genere. Una mirata e costante politica di investimenti in progettazione, stampi, tecnologie e risorse umane, permette all'azienda di crescere in

maniera esponenziale, e affrontare con grande energia le sfide del nuovo millennio. Oggi l'azienda è una realtà industriale che conta 2 stabilimenti di produzione per un totale di 16.000 mq. coperti e trasforma 4.000 tonnellate di materia prima realizzando prodotti in plastica utilizzati per risolvere problemi di stoccaggio, movimentazione, classificazione e organizzazione in qualsiasi settore. A dicembre 2009 Mobil Plastic ha incorporato la società S.S.S. Trading, diventando titolare del marchio SSS. Nasce così, nel 2010, il brand MP Group – Plastic Solutions che permette all'azienda di proporsi al mercato con un'ampia offerta di soluzioni e prodotti. I magazzini che occupano una gran parte dell'area coperta dello stabilimento, pari ad oltre 16.000 mq., sono parte strategica dell'azienda e consentono un servizio rapido di consegna per il soddisfacimento delle necessità della clientela.

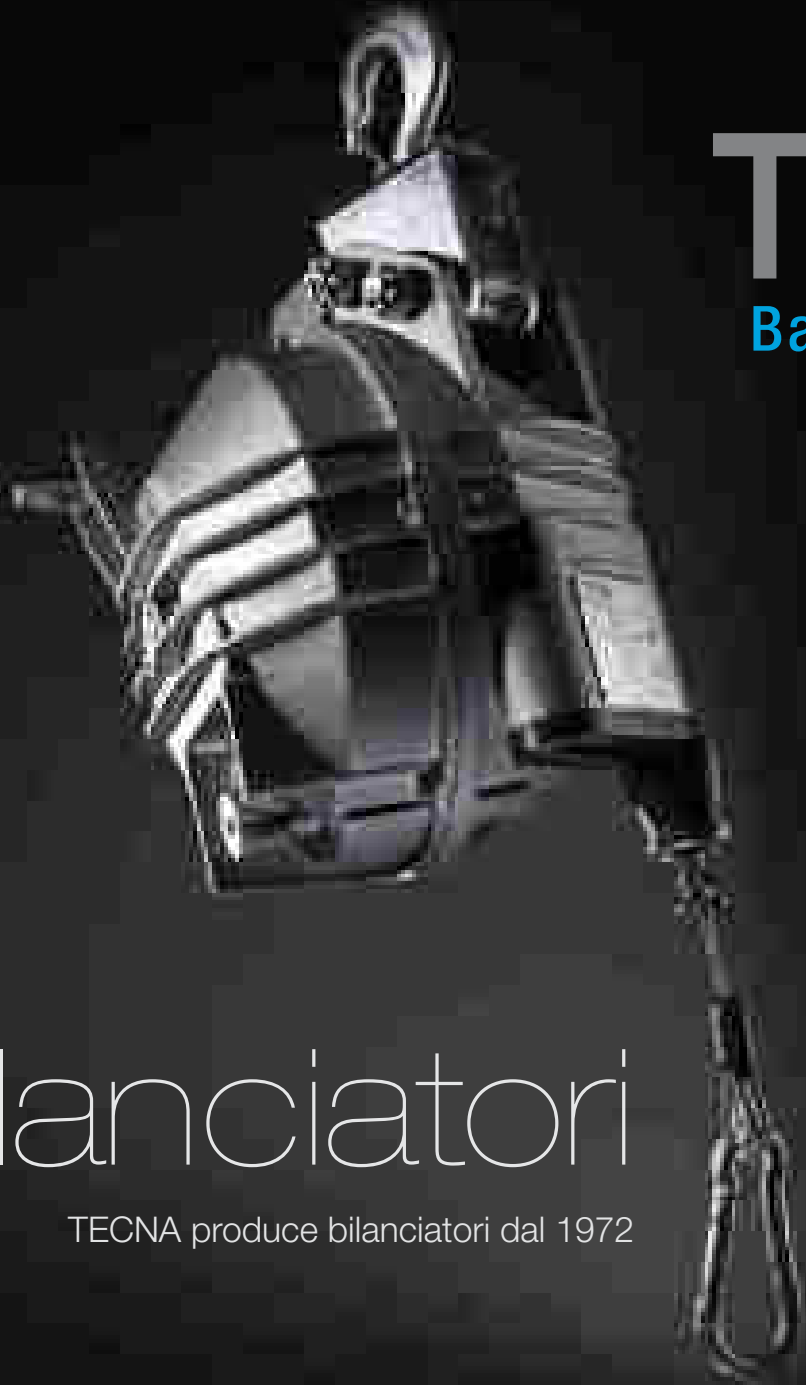
## 12 - PRONTI PER LA VENDITA

I bidoni così finiti, e realizzati in Mobil Plastic secondo le più severe norme UE, vengono impilati in serie di 10, e trasportati al magazzino. Sono pronti per la distribuzione.



# 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



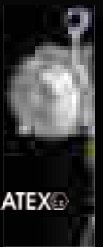
■ 9354-9359



■ 9361-9369



■ 9451-9456



■ 95XX AX



## Francesca Salvatore:

**Francesca Salvatore 15 anni fa entra nell'azienda di famiglia: ha 26 anni, si è laureata in scienze politiche a Milano, ma la sua carriera inizia al ricevimento merci. Perché per gestire un'azienda, bisogna conoscerla dalle sue fondamenta. Così come quando si pratica uno sport: tutto comincia con un buon riscaldamento!**

# L'allenatrice, è in ferramenta!

**U**na grande sportiva. Dinamica energica e abituata al gioco di squadra. Pane al pane, vino al vino, non ama certo i giri di parole. E della sua esperienza professionale racconta con sincerità trasparenza e molto entusiasmo.

**iFerr:** Francesca, entriamo subito nel vivo della questione. Che ne dice, del cambio generazionale?

**F.S.:** Importante se non addirittura determinante. Ma per superarlo con successo, è necessario l'intervento di un mediatore culturale!

**iFerr:** Cosa intende, scusi?

**F.S.:** Qualcuno capace di mettersi tra le due generazioni, per aiutarle a comunicare e interagire. Perché è chiaro: il passaggio di consegne è ostico, per entrambe la parti. Allora l'aiuto di qualcuno che traduca e semplifichi le reciproche paure e intenzioni, è determinante per sciogliere i nodi, alleggerire le situazioni, accelerare il processo, attutire gli scossoni.

**iFerr:** Ma perché, secondo lei, il passaggio generazionale è tanto difficile?

**F.S.:** Perché un figlio si sente sempre sotto la lente d'ingrandimento, sa di avere pochissimi margini d'errore, è consapevole di essere giudicato da tutti. Teme di essere considerato solo erede di qualcuno e in quella posizione per diritto acquisito, non per meriti o capacità. Il genitore dal canto suo vive le stesse ansie, anche se di riflesso, e così diventa iperprotettivo, non allenta le briglie per limitare al minimo l'esposizione al rischio. A questo si aggiunge l'aspetto generazionale: i giovani scalpitano perché vogliono cambiare innovare e rinnovare. Mentre i veterani tendono a salvaguardare lo *status quo*, a proteggere ciò che hanno ottenuto e realizzato.

**iFerr:** In effetti, una bella matassa da sbrogliare!

**F.S.:** Proprio così. Per questo credo sia determinante creare una figura intermedia, capace di leggere le situazioni, di interpretarle e facilitare la comunicazione tra le due parti.

**iFerr:** Insomma, un perfetto gioco di squadra?

**F.S.:** Proprio così. Tanto che nel mio caso questa figura di mediazione è stata prima di tutto un'atleta, una sportiva della squadra di calcio a 5 femminile che alleno da alcuni

anni, e che milita in serie A. Vede che tutto torna?

**iFerr:** Quindi è dalla sua esperienza sportiva che ha mutuato questo approccio professionale?

**F.S.:** In buona parte direi di sì. I giovani come me, in questa posizione, si trovano certamente ad affrontare non poche difficoltà. Ma allo stesso tempo sono in una posizione privilegiata. Siamo fortunati, c'è poco da dire. Allora credo proprio sia nostro compito mettere tutto il nostro buon umore, tutta la nostra energia positiva, nel lavoro. Nonostante le fatiche gli ostacoli e le problematiche. Questo ho imparato dalla mia esperienza sportiva. Energia tenacia e generosità. Consapevolezza e poche lamentele. E poi tanto tanto e ancora tanto, gioco di squadra. Perché dove non arriva uno, arriva sempre qualcun altro.

**iFerr:** Gioco di squadra valido solo all'interno di ciascuna azienda?

**F.S.:** Gioco di squadra che secondo me dovrebbe essere applicato sempre. Ad esempio, tra noi giovani, anche se di aziende concorrenti, sarebbe veramente bello e importante attivare un confronto costante franco e continuo. Perché la competizione commerciale è determinante per le nostre attività, ma credo sia vincente nel medio e lungo termine solo se parte da una condivisione trasparente di intenti e problematiche. Anche il mercato stesso, di fatto è una squadra.

**iFerr:** E lei ritiene che il contributo dei giovani, in questo senso, possa essere determinante?

**F.S.:** Eccome! Perché noi abbiamo un approccio più semplice diretto e immediato, senza sovrastrutture, e per questo prezioso, in particolare nella comunicazione, nella creazione di relazioni personali e anche professionali, nello sviluppo di nuovi legami, nell'apertura verso il mondo e verso realtà anche tanto differenti dalle nostre.

**iFerr:** Senta, per chiudere, cosa dovrebbero dire i giovani, ai loro predecessori?

**F.S.:** Grazie, prima di tutto grazie. Per le basi solide che hanno dato alle nostre aziende, per i valori che ci hanno insegnato, per questa idea fondante e assoluta di rispetto reciproco che è e rimane elemento distintivo, di questo nostro settore. E poi per l'opportunità di esprimerci che ci hanno dato, accettando di fatto l'idea di passare pian piano le loro attività nelle nostre mani.



## Francesco Martini:

**Classe 1988, Francesco Martini è un giovanissimo. Un giovanissimo che è entrato nell'azienda di famiglia (della suocera) come aiuto magazziniere, e che passo dopo passo è riuscito a ritagliarsi un ruolo decisamente importante: responsabile delle importazioni a marchio privato.**

# Giovani, all'arrembaggio!! (ma con giudizio)

**F**rancesco Martini da circa tre anni è operativo in Cobianchi, azienda di famiglia. Anche per lui la carriera è iniziata in magazzino, dove ha imparato a conoscere prodotti e logistica. Elementi fondamentali, per la buona riuscita di un distributore all'ingrosso.

**iFerr:** Francesco ci racconti: come è iniziata la sua avventura nel mondo della ferramenta?

**F.M.:** Tutto è iniziato dal primo gradino, al ricevimento merci. Poi mi hanno affiancato al responsabile degli acquisti. Fino a quando non sono stato pronto per camminare con le mie gambe. Solo a quel punto ho potuto assumermi la responsabilità di gestire le importazioni di prodotti a marchio privato. Una responsabilità non da poco, se si considera che ne seguiva tutto il processo, dalla selezione dei prodotti e dei fornitori, sino all'arrivo e al controllo qualità della merce.

**iFerr:** Una carriera interessante, per un giovane. Non trova?

**F.M.:** Un carriera assai interessante. Anche perché la cosa più difficile è proprio cominciare. Le aziende vogliono che tu abbia esperienza. Ma nessuno è disposto a fartela acquisire, questa esperienza. Allora tu sei lì, che non sai da che parte iniziare, come interrompere questo circolo vizioso. Io ho avuto la fortuna di superare questo ostacolo, perché ho avuto chi mi ha dato gli strumenti e le possibilità di mettermi alla prova.

**iFerr:** Una possibilità che è dettata solo da vincoli familiari?

**F.M.:** Certamente inizialmente sono entrato in Cobianchi perché legato alla famiglia dei titolari. Ma devo dire che in questa azienda l'apertura ai giovani è un dato di fatto che prescinde da me. E che vive da tempo. Tanto è vero che la struttura formativa dedicata alla qualificazione dei giovani neoassunti, è strutturata e operativa da anni ormai.

**iFerr:** Per quale ragione, in Cobianchi, si è scelto di dare uno spazio importante, alle nuove leve?

**F.M.:** Perché evidentemente l'azienda ha una visione lungimirante della propria attività ma anche del proprio ruolo sociale. E poi perché di fatto è sui giovani che si deve puntare, per guardare avanti, innovare e rinnovarsi. Restare ancorati al passato, non aiuta nel business. Tanto più in tempi difficili come questi.

**iFerr:** Del passato quindi, si butta tutto?

**F.M.:** Per carità, no! Anzi, il passato è prezioso, è determinante. È la base solida e decisiva sulla quale costruire il nuovo.

**iFerr:** Cosa vuole salvare, del passato?

**F.M.:** Prima di tutto l'esempio di impegno e rispetto, trasparenza e lealtà. E poi per noi giovani è fondamentale tornare ai rapporti umani diretti, non mediati dalla tecnologia. In questo chi ci ha preceduti ha davvero tanto da insegnarci. Il legame con il passato deve essere veramente solido forte e concreto. Solo così possiamo rimettere in gioco il cambiamento, nelle nostre aziende.

**iFerr:** I giovani, in quali aree del business possono fare la differenza?

**F.M.:** Credo che in materia di ottimizzazione dei tempi e dei metodi, della logistica e dell'organizzazione dei processi, le nuove generazioni possano veramente contribuire al salto di qualità delle aziende distribuzione all'ingrosso. Questo è il nostro mondo: noi siamo cresciuti nell'era della tecnologia, e concepiamo tutto in funzione di un costante e continuo miglioramento dei sistemi di comunicazione e gestione. Le nuove generazioni però devono anche imparare una importante lezione.

**iFerr:** Ovvero, a quale lezione si riferisce?

**F.M.:** La tecnologia non è tutto. Noi siamo energici, dinamici, creativi e pieni di risorse. Ma allo stesso tempo, manchiamo di esperienza, strumenti, relazioni, basi. Allora dobbiamo avere l'intelligenza e la modestia di procedere con determinazione sì, ma senza strafare. Con la consapevolezza dei nostri limiti, senza lasciarci fermare da essi, ma senza mai dimenticare che da chi ci ha preceduti, abbiamo comunque molto da imparare.

## ...san Gennaro?

**Gennaro Savarese, classe 1966, è una delle punte della Frascchetti, un vero attaccante che non perdona le distrazioni della difesa avversaria, ed esercita un pressing positivo sulla propria clientela che sa di poter contare assolutamente sulla sua precisione e puntualità.**

**E**ssere un cliente di Gennaro porta indubbi vantaggi, non solo per la preparazione tecnica, ma anche per il supporto post-vendita che egli riesce a dare in relazione a qualsiasi tipo di problema possa presentarsi, con la vera vocazione, quindi, del Servizio con la S maiuscola! La zona operativa è la Campania anzi, più precisamente Napoli e la sua provincia, con tutte le problematiche che una città tanto difficile e i suoi effervescenti comuni adiacenti generano nella quotidianità.

**iFerr:** Savarese, una domanda dritta al cuore: è più complicato gestire Napoli o un'azienda notoriamente esigente come la Frascchetti?

**G.S.:** Entrambe, perché Frascchetti è un'azienda che, prima del prodotto o del prezzo, offre servizio, innovazione, inventiva, e comunicazione. Bisogna essere un venditore nel dna per non parlare di prezzo, ma di come rivendere, nell'interesse dei miei clienti.

**iFerr:** Qual è la problematica più ricorrente che trova

presso la sua clientela?

**G.S.:** Fare comprendere che il mercato della ferramenta sta cambiando nel modo di acquistare e di vendere. Cerco di far capire come variare e migliorare gli assortimenti e come avere successo.

**iFerr:** Quali differenze ci sono tra un suo rivenditore della città e uno della provincia?

**G.S.:** Gli spazi espositivi e il modo di esporre; inoltre anche gli articoli trattati sono differenti poiché nella cintura cittadina i punti vendita sono generalmente molto contenuti a differenza di quelli ubicati in provincia. In entrambi i casi sono molto richiesti ed apprezzati, ma per motivi diversi, i volantini: in città mostrano ciò che non è possibile esporre, e in provincia invitano a recarsi presso il punto vendita per toccare con mano ed acquistare i prodotti desiderati.

**iFerr:** Un'azienda laziale come Frascchetti a suo avviso riesce ad interpretare al meglio il mercato campano?

**G.S.:** L'azienda e noi agenti siamo costantemente concentrati sulla scelta degli articoli di tradizione campana intercettando le esigenze e talvolta anche anticipando



le tendenze. Il nostro obiettivo è la massima soddisfazione del cliente.

**iFerr:** La concorrenza dei numerosi e agguerriti grossisti campani deve essere davvero temibile. Come è riuscito ad entrare così bene in questo mercato?

**G.S.:** Temo i venditori bravi più delle aziende che essi rappresentano. Questo è un periodo molto difficile ma, sono certo che, se ci si impegna davvero a fondo, si ottiene un ottimo risultato. Io mi impegno.

**iFerr:** In molti dicono che per gli agenti non vi è più il ricambio generazionale. Lei cosa ne pensa? E qual è stata la sua esperienza giovanile?

**G.S.:** Io ho cominciato giovanissimo come banconista, poi ho voluto mettermi in proprio con un commercio nel settore. Poi ho subito la parte malata del mio territorio, cessando l'attività e poi recentemente perdendo drammaticamente la persona che per prima ha creduto in me. Così mi sono ritrovato agente e mi è subito piaciuto molto. Ai giovani suggerisco proprio questo, di cominciare dalla base, per maturare con umiltà le esperienze necessarie.

**iFerr:** Chiudiamo con un messaggio alla sua clientela che leggerà questa intervista: cosa vuole dirle?

**G.S.:** Dico di non dimenticare che, seppur agente, sono con loro esattamente partecipe alle difficoltà del momento dalle quali è possibile uscire solo con un costante e giornaliero impegno comune.



Gennaro Savarese  
nella caricatura di R.L.



**mi**

**3° Congresso Nazionale**  
**Milano, 2 dic**

Sei pronto per

# Ferr Day

*Grossisti Ferramenta  
embre 2014*

**iFerr Day 2014?**

[info@iferronline.com](mailto:info@iferronline.com)

in primo piano



Massimo Bianchi



# Nasce *Keyline Italia*



**L'azienda, che ha sede a Conegliano in provincia di Treviso, è decisamente innovativa, nel contesto globale della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. È punto di riferimento nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, e mantiene un focus costante nell'innovazione continua di prodotto e di servizi per gli specialisti della sicurezza. E da oggi vuole essere ancora più vicina al mercato italiano, con una filiale dedicata.**

**D**a azienda poco più che artigianale, Keyline si è confermata nel giro di un triennio una vera e propria impresa industriale, capace di costruire un brand importante, un successo reso possibile anche grazie a un network di filiali che operano in Germania, Stati Uniti, Cina, UK e, recentemente, in Italia, e perfettamente integrato con una rete formata da oltre 60 distributori in tutto il mondo. Altro elemento di spicco è l'elevata competenza tecnologica che ha permesso a Keyline di siglare partnership decisive, con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici, per la fornitura di chiavi transponder e, soprattutto, di tecnologie per

la duplicazione di chiavi realizzate su misura per il mercato americano. Una crescita in termini di fatturato, volumi produttivi e struttura qualificata, visto che Keyline oggi conta oltre 100 dipendenti, di cui 12 tra ingegneri, progettisti e programmatori, con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, e personale multilingue per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti in tutto il mondo. La continua evoluzione, tocca anche l'area commerciale Italia, che in questi ultimi mesi è stata riorganizzata e ripensata. Ma a quale risultato si è arrivati? E come cambierà la struttura aziendale e il rapporto con la distribuzione? Ecco di cosa abbiamo parlato con Massimo Bianchi, che di Keyline è l'amministratore



unico.

**iFerr: Allora, ci racconti, che cosa è successo in Keyline in questi ultimi mesi?**

**M.B.:** Abbiamo colto l'opportunità di presidiare direttamente il mercato italiano attraverso

la nuova filiale Keyline Italia, e di proseguire nel nostro per-

corso di crescita globale. Keyline Italia contribuisce ad aumentare la nostra capacità di seguire e servire al meglio un mercato strategico come l'Italia, di mantenere il contatto diretto con i clienti, e si pone come elemento fondamentale nel percorso di crescita strutturale che Keyline sta vivendo ininterrottamente da anni.

**iFerr: Cosa è cambiato a livello societario e organizzativo?**

**M.B.:** Ho assunto il ruolo di amministratore unico di Keyline Italia, sempre mantenendo l'incarico di strategic planner di Keyline. Questo per garantire la continuità nella visione che ha accompagnato la crescita del gruppo negli anni e in tutto il mondo. Con Keyline Italia cresce il network di filiali incaricate di seguire importanti mercati in presa diretta. Se poi si va a vedere cosa sia cambiato nel DNA aziendale, posso rispondere che, di fatto, non è cambiato nulla. La struttura organizzativa che contraddistingue Keyline per snellezza ed elevate competenze del personale è confermata, così come l'attenzione verso il cliente a cui garantiamo sempre prodotti e un servizio di assistenza di riferimento.

**iFerr: I clienti italiani quindi cosa devono aspettarsi?**

**M.B.:** Servizi potenziati e maggiore vicinanza a Keyline. Tutti i clienti avranno il vantaggio di essere in contatto diretto con l'azienda e il suo staff. Abbiamo voluto confermare quanto di utile e funzionale è stato sin qui svolto per la distribuzione italiana, con l'aggiunta di alcune novità di servizio pensate per supportare al meglio questo importante mercato.

**iFerr: Ci racconta, in sintesi, servizi che erogate, e i loro specifici valori aggiunti?**

**M.B.:** Keyline Italia conta su una rete vendita capillare ed è in grado di servire ogni regione d'Italia, non solo per quanto riguarda la presentazione e la promozione

dei prodotti Keyline ma anche in termini di servizio di assistenza tecnica e di post-vendita. Infatti, Keyline Italia si avvale del contributo diretto della casa madre, il che significa che è in grado di mettere a disposizione del cliente competenze tecniche di primissimo livello, oltre a una serie di servizi maturati e affinati negli anni e nei principali mercati europei e mondiali in cui operiamo.

**iFerr: Quali vantaggi commerciali proponete?**

**M.B.:** La nascita di Keyline Italia mette a diretta disposizione del cliente le elevate competenze dei diversi team di lavoro attivi in Keyline. Dall'assistenza tecnica, ma anche dal punto di vista commerciale e marketing. Il tutto per garantire al cliente un servizio non solo sul prodotto ma anche per migliorare l'esperienza di utilizzo delle nostre soluzioni, e sostenere al contempo il ciclo di vendita fino al consumatore finale. Un approccio completo, pensato per affiancare il cliente nelle proprie attività.

**iFerr: A proposito di cambiamenti, in Keyline come si sta affrontando la questione del cambio generazionale?**

**M.B.:** Il nome Bianchi è sinonimo di chiavi da oltre due secoli, dal 1770 a quanto ci dicono le testimonianze storiche. Da allora sino a oggi si sono succedute sette generazioni ininterrottamente. E tutte hanno prodotto chiavi. Oggi l'ottava generazione sta facendo il proprio ingresso in questa attività. E tutto sta avvenendo come da tradizione, mi verrebbe da dire: premiando l'impegno e la passione, lavorando sul campo, sviluppando nuovi prodotti e aprendo nuovi mercati. Tutto in un'ottica di confronto aperto, sempre allargato anche ai team di lavoro di cui ogni membro della famiglia è parte.

**iFerr: E quanto - e in quali aree specifiche di competenza - è importante il contributo delle nuove generazioni per l'evoluzione del nostro mercato?**

**M.B.:** Keyline è votata all'innovazione. Non è pensabile innovare in modo continuo se non si coinvolgono menti giovani con idee fresche. A loro spetta il compito di portare in azienda tendenze nuove. La visione internazionale, l'attenzione alle tecnologie emergenti, lo stimolo a pensare l'approccio strategico in modo alternativo, anche non convenzionale o tradizionale, sono alcuni dei contributi che i miei figli stanno portando in Keyline. Il loro impatto, decisamente innovativo, ha avuto riscontri da subito positivi in azienda. E i dati lo dimostrano.

# NUOVI ORIZZONTI DELLA TECNOLOGIA

promarkcomunicazione.com

Elevati standard di qualità come risultato di una tecnologia d'avanguardia applicata all'engineering degli utensili da taglio. Da 30 anni Krino produce e distribuisce prodotti affidabili e sicuri, di alte prestazioni... nuovi orizzonti ideali di tecnologia.

## > TAGLIO DEI METALLI

UTENSILI CONICI

MASCHI E FILIERE

UTENSILI PER EDILIZIA

TAGLIO DEL LEGNO

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

**KRINO S.p.A.** - Via Italia Unita, 21 - 23876 Monticello Brianza (LC) - Italy  
Tel. 039 9230611 (Centralino) - Tel. 039 9230605 (Vendite Italia)  
Fax 039 9208709 (Vendite Italia) - [info@krino.it](mailto:info@krino.it)

**KRINO**<sup>®</sup>

CUTTING TOOLS ENGINEERING

# Boninsegna: Un servizio *Bilingue*



**A**bbiamo intervistato Norbert Auer, titolare di una dinamica attività distributiva a Bolzano. Ci ha fornito molte notizie interessanti.

**iFerr:** Auer, lei ha un nome altoatesino, ma gestisce un'attività che porta un nome italianissimo ci spieghi.

**N.A.:** L'azienda nasce oltre 35 anni fa su iniziativa di Luigi Boninsegna e di sua moglie Elena. Si caratterizza subito per il servizio e per la capacità di distribuire prodotti di utensileria altamente qualitativi nel territorio altoatesino con un occhio molto attento all'artigianato più evoluto. Mio padre Giuseppe e mio fratello Roland,

hanno sempre collaborato a stretto contatto con la proprietà dell'epoca sino al 2010, anno in cui rilevo l'attività direttamente. In un'area dove la cultura di lingua tedesca si mischia con quella italiana, è piuttosto frequente vedere abbinati nomi di varia derivazione!

**iFerr:** Come vive il fenomeno del bilinguismo nella sua attività quotidiana?

**N.A.:** Lo viviamo con estrema semplicità. In alcune valli operiamo in lingua tedesca, in altre verso il sud, operiamo in italiano. Qualche volta i nostri fornitori ci supportano con materiale bilingue, ma il più delle volte lavoriamo con documentazione in lingua italiana. Il nostro



**La distribuzione in Trentino Alto Adige secondo Boninsegna, storica azienda che ha fatto del servizio e dell'aggregazione, due leve strategiche per crescere e consolidare il business.**

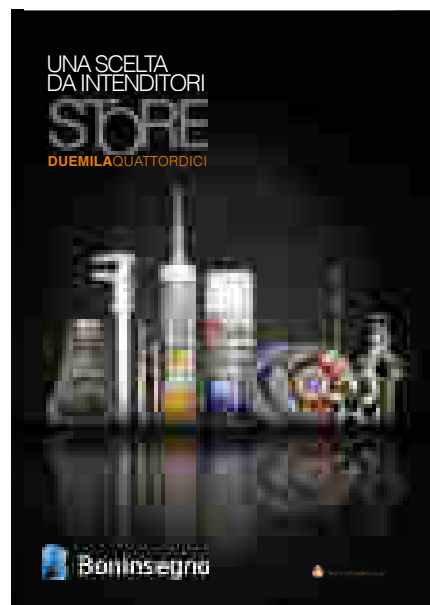


personale, a seconda delle aree è in grado di operare in perfetto bilinguismo. La mia azienda detiene importanti mandati o esclusive di aziende estere e in questo caso la documentazione va reimpostata in italiano!

**iFerr: Ci fa degli esempi di alcuni prodotti da voi distribuiti?**

**N.A.:** Siamo esclusivisti, ad esempio di alcuni prodotti della svizzera Birchmeier, destinati al giardinaggio o della Bacoga ([www.bacoga.com](http://www.bacoga.com)) tedesca, legati al comparto idraulico; Bacoga produce liquidi rigeneratori, pulitori, inibitori di corrosione ed antigelo per impianti e circuiti di riscaldamento, raffreddamento e solari. Per il

reparto saldatura abbiamo recentemente acquisito l'esclusiva della tedesca Reuter ([www.oreuter.de](http://www.oreuter.de)) che produce un impianto in grado di operare elettrodecappaggio e passivazione tramite un pennello in carbonio in abbinamento ad un elettrolita a bassissimo impatto ecologico. Per ultima, la tedesca Förster Welding Systems GmbH ([www.foerster-welding-systems.com](http://www.foerster-welding-systems.com)) che produce tavoli per la saldatura 3D e rotanti e sistemi automatici di saldatura anche su progetti specifici o speciali. Per queste aziende, addirittura, stiamo operando la creazione di una struttura di vendite a livello nazionale. Ma nel nostro *palmares* annoveriamo marchi



nazionali ed internazionali molto noti come Usag, Unior, Rems, Ridgid, Bosch, Bessey, Knipex, Zeca, Selco, Commersald, Weldas e molti altri...

**iFerr:** Boninsegni è recentemente entrata a far parte di TechnoTradeGroup, un gruppo in continua crescita, per ciò che verificiamo. Ce ne dice i motivi?

**N.A.:** Da tempo ritengo che la dimensione territoriale sia un limite della distribuzione in Italia. L'incapacità della stessa di operare secondo criteri marketing e strategici di un certo livello è, a mio avviso, il limite delle nostre aziende in Italia. Operando fattivamente all'interno di TechnoTrade, abbiamo la possibilità di avere un occhio attento ai fenomeni macro che si stanno delineando nella distribuzione in Europa, prima fra tutti l'affermazione di network a marchio/catalogo privato. Una condizione essenziale per vincere le sfide del futuro fornendo al cliente utilizzatore finale il miglior rapporto qualità/prezzo sul mercato.

Ma sono molte le attività del gruppo che ci interessano: la intranet aziendale Mercurio, i documenti di sell-out STORE, che ci consentono un approccio qualitativo all'utilizzatore consentendogli di operare acquisti estremamente convenienti. Ma non voglio dimenticare la formazione, la ricerca di personale e di nuove opportunità di vendita, passando per l'innovazione prodotto. Siamo molto soddisfatti della nostra scelta, anche alla luce del calore e dell'affetto che abbiamo ricevuto fin da subito all'interno del gruppo.

**iFerr:** Lei accennava al marchio privato. Come lo vivono i suoi clienti?

**N.A.:** Certamente con prudenza, ma come un fatto positivo. Consideri che i nostri prodotti, a marchio TAKE, sono tutti italiani o tedeschi e questo, anche filosoficamente, paga. Certo, come tutte le novità, vanno presentate con impegno ed abnegazione e trattandosi

ormai di oltre 12.000 codici prodotto contenuti in 10 cataloghi tematici, vanno digeriti all'interno dell'organizzazione con metodo e pazienza. Ma è importante affiancare i nostri marchi storici ad un prodotto di nostra derivazione, in un momento di mercato in cui l'utilizzatore finale spesso chiede soluzioni a maggior rendimento.

**iFerr:** Come vede il mercato attualmente? Nota delle differenze rispetto ai suoi colleghi del gruppo nelle altre parti d'Italia?

**N.A.:** All'interno dei nostri Global meeting ci confrontiamo su varie tematiche, tra le quali l'andamento del mercato. In linea di principio, posto che noi siamo certamente in crescita per definizione, visto il nostro approccio di base al mercato, posso affermare che non esistono problemi diversi nei vari territori. In particolare la crisi di liquidità presso i nostri clienti utilizzatori finali è una costante comune che caratterizza ormai da lungo tempo la nostra attività quotidiana noi, comunque, anche alla luce dei timidi segnali di ripresa del 2014, continuiamo con determinazione a perseguire i nostri obiettivi ed a porcene di nuovi.

**iFerr:** A proposito di questo. Quali sono i vostri obiettivi strategici ed operativi per il futuro?

**N.A.:** Noi ci poniamo come obiettivi a breve-medio termine, la maggiore copertura del territorio del Trentino Alto Adige, con l'implementazione di nuovi venditori. Oltre che l'inserimento di nuovi e qualitativi prodotti a marchio, desideriamo crescere nel comparto della saldatura, sempre implementando innovazione e formazione. Per ultimo, a medio termine, il nostro obiettivo è quello di riposizionarci in un nuovo punto vendita sempre nell'area di Bolzano. Un punto vendita in grado di supportare la crescita che ci poniamo come obiettivo primario.

# 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

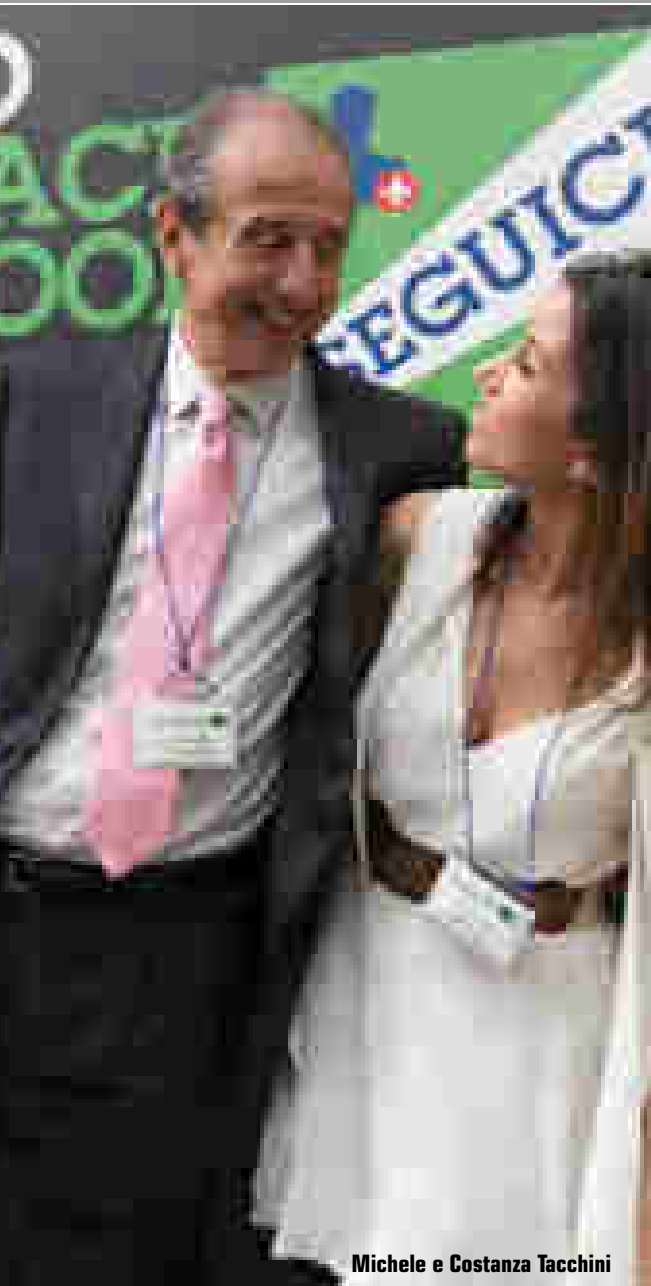


TECHNOMAX s.r.l. - via Casa Bianca, 10 - 26037 S. Giovanni in Croce (Cremona) - Italy • tel. 0375 310281 (r.a.) • fax 0375 310282  
www.technomax.it • info@technomax.it

in primo piano



Peccato  
*non esserci  
stati!*



Michele e Costanza Tacchini

## L'INDAGINE, CON ASSOFERMET E PRIFERR

**iFerr Magazine** è stata incaricata di realizzare, durante l'evento **Malfatti&Tacchini Next**, un'indagine conoscitiva a proposito di EDI e dematerializzazione dei flussi di informazioni commerciali e amministrative tra fornitori e clienti.

A commissionare questo test di mercato, due realtà importanti. Da un lato **ASSOFERMET** riferimento istituzionale e storico, per la distribuzione all'ingrosso (ma non solo) di ferramenta e utensileria. Dall'altro, **PRIFERR** neonata associazione di filiera, che si pone l'obiettivo di creare ed erogare servizi dedicati a tutti gli operatori e le realtà del nostro mercato.

Nel prossimo numero 15 di iFerr Magazine, vi racconteremo i risultati di questa indagine, che ha coinvolto tutti gli espositori dell'evento del 18 maggio.

**Il 18 maggio a Paderno Dugnano alle porte di Milano, nella nuova sede Malfatti & Tacchini, il mercato della ferramenta e dell'utensileria, si è incontrato. E il successo dell'evento è andato ben oltre le più rosee aspettative. Noi c'eravamo, unica rivista partner di "Malfatti&Tacchini Next", e ve lo raccontiamo, in anteprima.**

numerati della giornata sono ben noti: 1.500 visitatori accreditati, 1.200 pasti serviti, 600 ragioni sociali di rivenditori al dettaglio presenti, 2.000 metri quadri di area espositiva, di cui ben 700 metri quadri di stand allestiti, per 75 aziende espositrici, tra le più qualificate e importanti del settore. Tutto questo per una giornata all'insegna del business: quello positivo, che coinvolge e soddisfa tutti. Cifre a parte, utili certamente a inquadrare la situazione, ma sempre sterili e fredde, quel che ci preme di raccontarvi è il clima, che si è respirato durante la giornata: un bel clima di ottimismo e voglia di stare insieme. Cosa non da poco, vero, visti i

tempi che corrono?

Insomma, ci è parso evidente un fatto: nel nostro mercato, gli eventi professionali dedicati, brevi, di un solo giorno, mirati e centrati nella collocazione e nell'organizzazione, sono veramente preziosi, e non solamente per sviluppare fatturati (che comunque ha il suo bel perché, dato che nessuno di noi, è Babbo Natale!).

Il nostro mercato evidentemente ha proprio bisogno di ritrovarsi, periodicamente, per una giornata di riflessione, approfondimento, confronto.

Ancora più interessante poi, quando l'iniziativa prende le mosse da un distributore all'ingrosso, che si pone rispetto al mercato in maniera qualificata e corretta, ripren-



dedo il posto che gli spetta di diritto: quello di anello di congiunzione tra mondo della produzione e mondo della distribuzione al dettaglio.

Durante la giornata gli ospiti, dettaglianti provenienti da tutta Italia, hanno potuto incontrare alcune tra le aziende più significative del nostro settore, con un'offerta di prodotti che, partendo dalla tradizionale specializzazione Malfatti&Tacchini in sicurezza, si è allargata fino a raggiungere tutte le merceologie tipiche degli assortimenti più completi delle rivendite qualificate di ferramenta e utensileria. Non sono mancati neppure i momenti di approfondimento tecnico e commerciale, guidati dagli stessi espositori.

E poi, tanta tanta partecipazione e interazione umana. Ai tavolini conviviali, disseminati lungo tutto il perimetro del magazzino dedicato all'area espositiva, e nel padiglione esterno, allestito per l'occasione, durante tutta la giornata visitatori ed espositori si sono ritrovati per chiacchiere ma anche parlare di affari, prodotti e vendite.

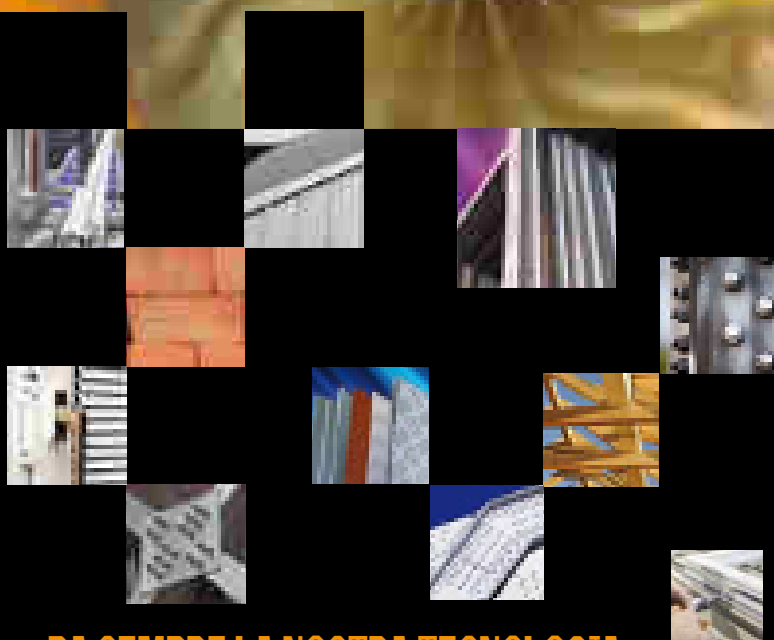
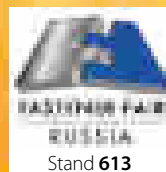
Bello il clima che si respirava, vivace l'energia generata da tanta gente positiva. Abbiamo incontrato persone che non vedevamo da tempo, abbiamo raccolto idee, riflessioni e spunti più che interessanti.

## UNO FRA TUTTI?

A un tavolo, rinominato per l'occasione "il tavolo del Vertice" sedevano Franco Capone, Beta Utensili, Loris Monducci, Cisa – Allegion, e Michele Tacchini, il padrone di casa. Si parlava di distribuzione, di necessità di riportare l'ingrosso nella posizione strategica di punto di riferimento logistico, sotto tutti i punti di vista: "i magazzini dei rivenditori all'ingrosso devono ricominciare a funzionare bene, quali polmoni efficienti ed efficaci, sempre a disposizione del dettaglio tradizionale" affermavano Capone e Monducci, mentre Tacchini apriva un ulteriore tavolo di discussione: "Certo, è vero, un grossista deve essere un riferimento logistico. Ma non basta, e non deve bastare. Bisogna andare oltre, i magazzini devono diventare semplici da gestire, anche per noi. Gli strumenti tecnologici ci sono. Basta avere la volontà di adottarli implementarli e utilizzarli". La provocazione portava nella direzione dell'EDI, ovvero della dematerializzazione del flusso di comunicazioni commerciali tra produzione e distribuzione. E tutti e tre, a quel tavolo del Vertice, hanno convenuto che "effettivamente è giunto il momento per questo mercato di dotarsi di una piattaforma agibile condivisa e condivisibile, che renda facile e immediata la condivisione e lo scambio di dati e informazioni!".

# NATURAL EVOLUTION

Nautilus shell



**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 CARPENTERIA
- ▶ VITI PER CARTONGESSO
- ▶ TBL COMBinate
- ▶ VITI EURO
- ▶ VITI METRICHE
- ▶ DADI, RONDELLE, BULLONI
- ▶ BARRE FILETTATE
- ▶ VITI AUTOFILETTANTI
- ▶ VITI PER CALCESTRUZZO
- ▶ 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](mailto:info@ambrovit.it) - [www.ambrovit.it](http://www.ambrovit.it)



**AMBROVIT®**  
BOLTS+SCREWS

# 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  
Orologi da polso



SECTOR

K  
KIENZLE

HAMILTON

D&G  
TIME



PRYNGEPS  
MILANO 1956



GUESS  
BY HANSON

Barbie



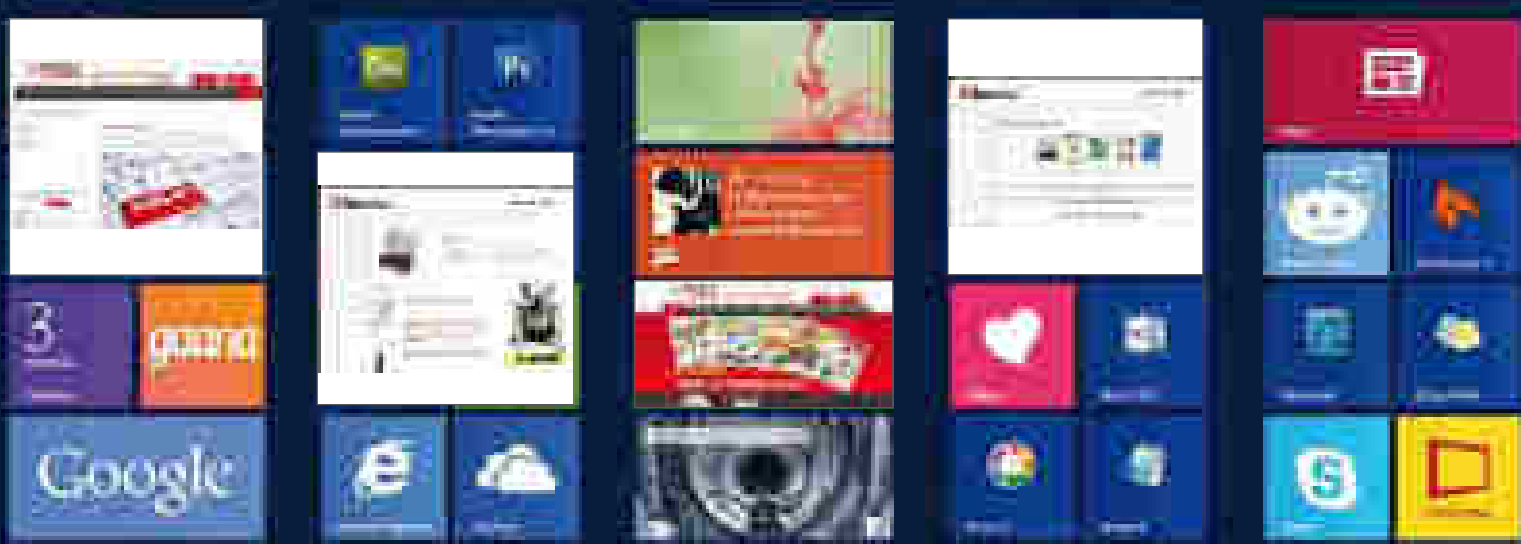
NAUTICA  
WATCHES

BREIL  
TIME



# Ricominciamo da (questi) due!

Start



I rivenditori dettaglianti sembrano appassionati a questa rubrica che analizza i siti web dei propri fornitori grossisti e sostengono che stiamo ottenendo l'obiettivo prefissato: sensibilizzare il nostro settore per una costante modernizzazione dei sistemi informatici finalizzati al miglioramento ed alla semplificazione nella gestione dei rapporti commerciali.

INTEMPRA ([www.intempra.com](http://www.intempra.com)) azienda specializzata nella costruzione di siti web altamente performanti, ha il compito di identificare i punti di miglioramento dei web nel mirino.

Invitiamo i rivenditori dettaglianti nostri lettori, a scrivere a [facciamoweb@iferronline.com](mailto:facciamoweb@iferronline.com) per farci

sapere quanto siano soddisfatti dal web che utilizzano per acquistare e per gestire il post-vendita, o se ritengano che i loro grossisti di riferimento, debbano dare qualcosa di più, in materia. Indicare il proprio nome, la località, la propria ragione sociale, e quella del grossista che mette a disposizione dei propri clienti un web che... andrebbe migliorato.

Legenda

Legenda: Non sufficiente @@@@ / Sufficiente @@@@ / Discreto @@@@ / Buono @@@@ / Ottimo @@@@

# http://www.ferrunion.com

Grafica @@@@@ / Accessibilità @@@@@ / Contenuti @@@@@

Valutazione Generale: @@@@@



Ferrunion (gruppo Ferritalia) è un grossista della provincia di Verona e secondo le nostre informazioni opera anche in Lombardia e Trentino con circa 10 agenti ed un fatturato annuo di 13 milioni di euro. Digitando *ferrunion* nel motore di ricerca è il primo risultato visibile, ma la situazione è molto diversa se si ricerca *ingrosso ferramenta verona* o *veneto* o *lombardia*. In home-page troviamo il primo sbarramento che non consente al rivenditore non registrato di procedere almeno con la consultazione degli articoli, cosa resa invece possibile scegliendo di navigare all'interno del catalogo. Cliccando sull'immagine del catalogo è infatti offerta la possibilità di entrare in una delle 17 famiglie di prodotto



e poi ancora in sottofamiglie sino ad arrivare al dettaglio di proprio interesse laddove sono riportati codice, descrizione, minimo imballo e immagine. Un'idea intelligente

per far consultare il proprio catalogo cartaceo, migliorabile, secondo noi, nella *Ricerca testuale* nella quale non siamo riusciti ad avviare la ricerca per *telo piscine* in quanto il sistema, non proprio moderno, sembra non accettare l'immissione di più di un parametro oltre ad imporre una scelta precisa tra singolare e plurale. Inoltre, la possibilità di utilizzare la *Ricerca testuale* scompare se si accede direttamente in *Cataloghi*. L'opzione per *sfogliare* cataloghi, ormai ampiamente diffusa, non è presente e non è nemmeno possibile scaricarne i pdf. La parte *News* non contiene le informazioni che generalmente catturano l'interesse della clientela e non è visibile alcuna finestra di accesso che inviti a visionare le *Promozioni* e i *Giornalini* che per certo Ferrunion propone alla propria clientela.

Da un punto di vista tecnico, se pure mostrandosi esteticamente datato, il sito è ben fatto; manca però tutta la base dell'ottimizzazione SEO ed il collegamento ai *social network* e le utility per la stampa e la condivisione delle pagine. Parte del catalogo e del dettaglio di alcuni prodotti è realizzata in tecnologia Adobe Flash, non consultabile dai tablet e smartphone e purtroppo penalizzante per il ranking di Google.

# http://www.fratellivitale.com

Grafica @@@@@ / Accessibilità @@@@@ / Contenuti @@@@@

Valutazione Generale: @@@@@

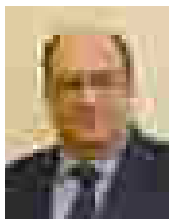


**F**ratelli Vitale, con un fatturato di circa 20 milioni di euro, generato da 40 agenti monomandatari, è un grossista di storica fama in Campania e Calabria ed oggi presente anche in altre regioni italiane. Il sito è appena nato e quindi deve ancora farsi strada nei risultati utili dei motori di ricerca. L'impatto è forte, con un rosso intenso e grafica accattivante, e con vivaci inviti a visionare numerose offerte e volantini tematici. Come quasi mai accade nel nostro settore, è possibile l'accesso anche a chi non è registrato. Non ci stancheremo mai di sottolineare quanto consentire la libera consultazione sia un'intelligente scelta di comunicazione, specie se parliamo di un grossista che non ha confini territoriali. Un rivenditore non cliente che abbia un minimo interesse verso il distributore, prima di rilasciare tutti i propri dati, deve poter vedere l'assortimento merceologico, l'equilibrio e la profondità delle

gamme, il confezionamento e la capacità di descrivere tecnicamente il prodotto. La barriera va posta al prezzo di cessione, non prima. Bravi. Il sito consente di ricercare gli articoli direttamente digitando in un'ampia barra centrale che immediatamente suggerisce i risultati possibili. Nel caso si scriva una descrizione non presente, l'intelligente motore assiste l'utente suggerendo settori e marchi. L'ordinamento dei prodotti è argutamente fatto solo su due livelli: famiglie e sottofamiglie. Se il navigatore desidera conoscere prezzi, offerte o desidera guardare le frizzanti pubblicazioni, deve registrarsi, e viste le premesse, crediamo davvero che ne valga la pena.



Da un punto di vista tecnico il sito è ben fatto sia da un punto di vista strutturale che di comunicazione. Manca la partita IVA in homepage, ed è obbligatoria per legge; manca il collegamento ai *social network*.



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

## “Non è più, *come prima*”

**Ovvero: la vendita creativa, in un mercato che cambia. Si parla di vendita creativa da sempre, ma oggi ne sentiamo maggiormente la necessità.**

“**N**on è più *come prima*” è la convinzione sempre più diffusa nel mercato.

Oggi perciò occorrono dei venditori professionisti, tecnici di alta specializzazione... insomma dei venditori assolutamente creativi. La vendita creativa è vendere anche e soprattutto ciò che non è richiesto, per soddisfare desideri latenti o palesi ma non ancora espressi del cliente; è vendere tutto ciò che si produce o si deve

distribuire, creare nuovi sbocchi, nuovi bisogni, nuovi mercati; è vendere in modo diverso l'utilità di un bene o servizio.

### **SICURAMENTE UNA VENDITA PIÙ ENTUSIASMANTE, APPASSIONANTE**

I venditori sono diventati dei *messaggeri di cambiamento* per superare le difficoltà in cui siamo. Devono essere intellettualmente e metodicamente organizzati, devono saper agire in un gioco di squadra con l'azienda che rappresentano e devono essere sempre più competenti in ciò che vendono e come lo vendono. I venditori creativi sono gli *ambasciatori* dell'azienda e la forza di un'economia che tende

### **PROFILO DI UN VENDITORE (DI SUCCESSO)**

**1** – Oggi servono **venditori professionisti**, tecnici di alta specializzazione e creativi.

**2** - **Vendita creativa** è vendere anche e soprattutto ciò che non è richiesto; è vendere tutto ciò che si produce o si deve distribuire, creare nuovi sbocchi, nuovi bisogni, nuovi mercati.

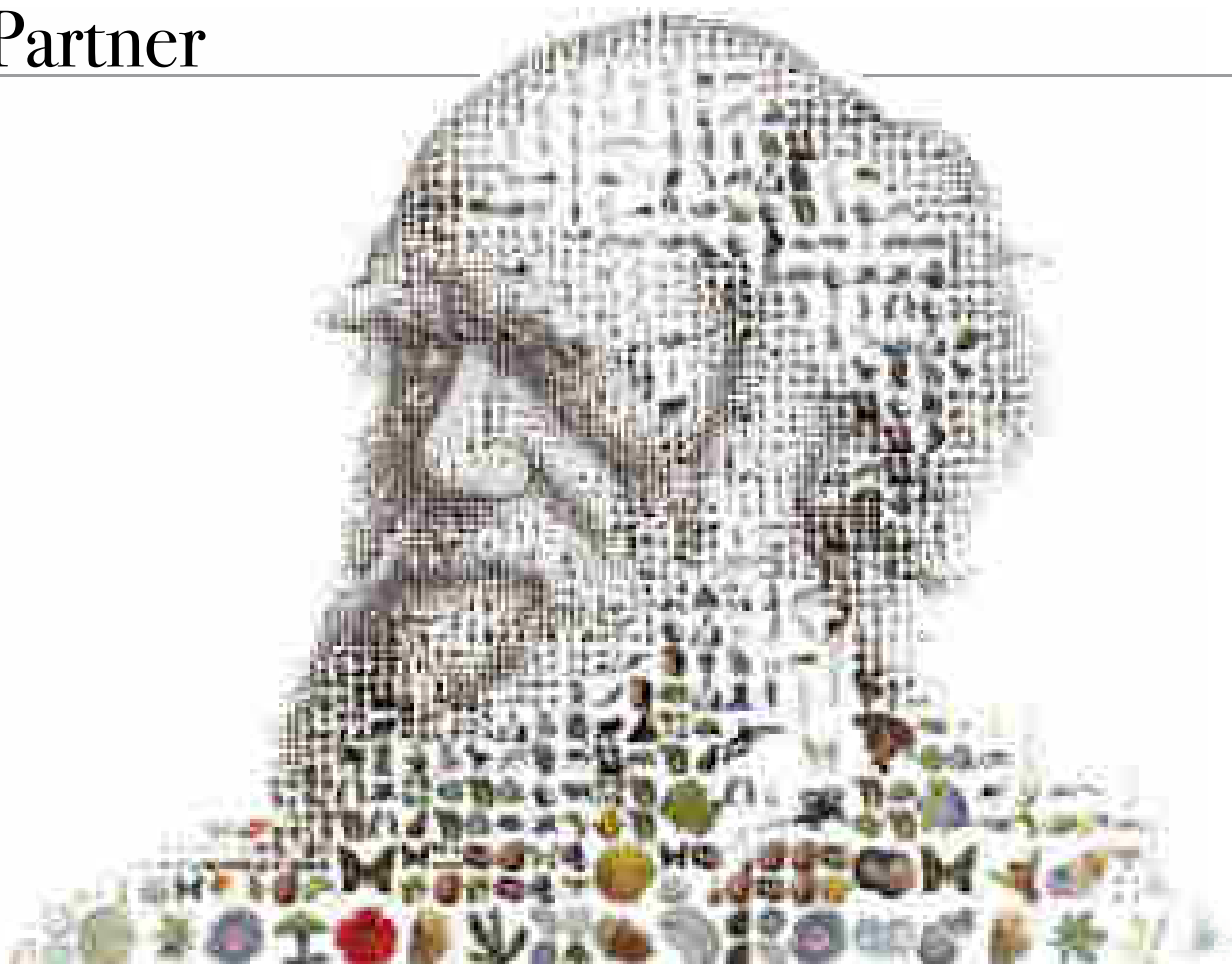
**3** – I venditori sono diventati dei *messaggeri di cambiamento*.

**4** – I venditori devono essere organizzati, devono saper agire in un **gioco di squadra** e devono essere sempre più competenti in ciò che vendono e come lo vendono.

**5** – Il venditore può e deve apprezzare la gioia della riuscita nel suo lavoro; deve **accrescere le relazioni e le amicizie**, e sviluppare la sua personalità e un nuovo senso psicologico nella relazione verso gli altri.







## PROFILO DI UNA RELAZIONE (DI SUCCESSO)

**1 – Vendere è bello ma non è facile.** Alla bellezza della vendita si frappongono, ogni giorno, mille difficoltà.

**2 – Non è facile trovare** anche per l'ultimo cliente della sera **lo sprint** del primo cliente del mattino.

**3 – Non esiste nessun venditore** che abbia **sempre successo**.

**4 – Venditore e cliente sono come due parti di una stessa cellula:** se funzionano, tutto il corpo sociale ed economico vive e prospera.

**5 – Il venditore,** anche quello creativo, **ha bisogno di sentire attorno a sé del calore umano,** di trovare larghezza di spirito e molta comprensione in azienda. Ha bisogno di partecipare a una vita di gruppo, ha bisogno di incontrarsi, di sentire cosa fanno gli altri e di sapere che il suo destino è comune agli altri.

a stagnare.

Vendere, quindi, è sempre una professione di fede che comporta il gusto del rischio ogni giorno. È la professione dell'uomo libero che permette di realizzare una vita piena, utile per tutti. Il venditore può e deve apprezzare la gioia della riuscita nel suo lavoro, la conquista di una posizione basata sui risultati personali; deve accrescere le relazioni e le amicizie, e sviluppare la sua personalità e un nuovo senso psicologico nella relazione verso gli altri.

Ma ogni medaglia ha il suo rovescio. Così alla bellezza della vendita si frappongono, ogni giorno, mille difficoltà, e per questo il venditore ha bisogno di essere aiutato e compreso. A volte sembra sicuro di sé, o almeno si sforza di dare questa impressione, ma in effetti si sente un isolato. Non è facile trovare anche per l'ultimo cliente della sera lo sprint del primo cliente del mattino; non esiste nessun venditore che abbia sempre successo.

Poi c'è il cliente, l'altro attore sulla scena della vendita che può avere torto ma finisce sempre per avere ragione. Per il venditore è come avere un elettore, che col suo voto designa oppure no la carriera di un uomo politico; è come un turista, che valorizza o no un paese sperduto in montagna o al mare; è come il pubblico a teatro, che con applausi o

fischi determina la fortuna di una rappresentazione teatrale.

Venditore e cliente sono come due parti di una stessa cellula: se funzionano, tutto il corpo sociale e economico vive e prospera. Quando il venditore è davanti al cliente, sente qual è il suo dovere, che è quello di servire il cliente e l'azienda. Ma non sempre tutto va come dovrebbe o si vorrebbe. Succede che il venditore aspirerebbe a far meglio, ma deve lottare; non è certo di riuscire, ma deve andare avanti. A quel punto cosa cerca? Qualcuno che lo segua anche quando è nell'insuccesso, così come quando è seguito e forse gratificato quando tutto fila dritto. Il venditore, anche quello creativo, ha bisogno di sentire attorno a sé del calore umano, di trovare larghezza di spirito e molta comprensione in azienda. Ha bisogno di partecipare a una vita di gruppo, dopo la sua solitudine di una giornata sul mercato, ha bisogno di incontrarsi, di sentire cosa fanno gli altri e di sapere che il suo destino è comune agli altri.

### VENDERE È BELLO MA NON È FACILE

Ma non potrà mai essere diversamente, perché il venditore non è un modesto prestatore d'opera ma è un vero professionista che, ogni giorno, come un musicista compone la sua "sinfonia della vendita".

## Sicurezza Estrema

**KABA**<sup>®</sup>

BEYOND SECURITY

*Avete mai pensato a quante chiavi avete nelle vostre mani per aprire la porta di casa o del vostro ufficio?*

Quante persone hanno un duplicato di ciascuna di queste chiavi?

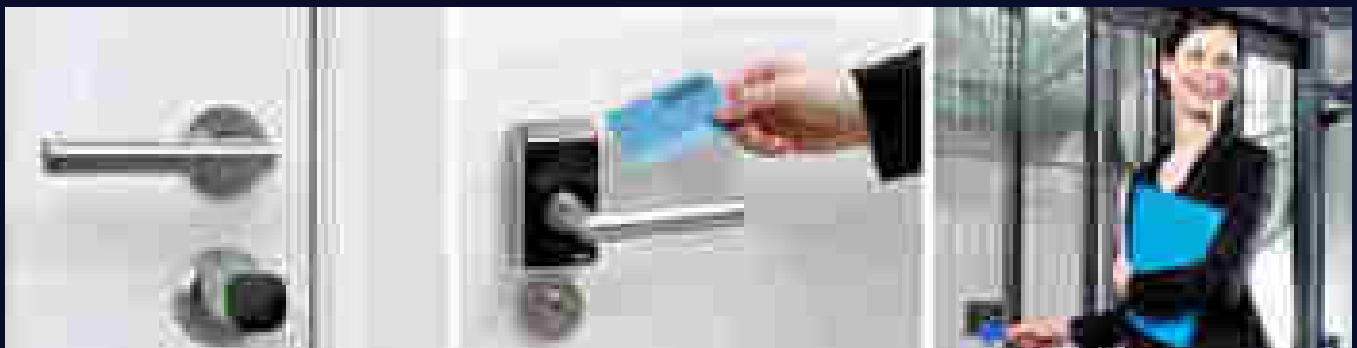
Da oggi Kaba vi propone di ottenere il massimo della sicurezza e della comodità in un'unica chiave, grazie allo sviluppo di un piano di chiusura organizzato gerarchicamente, che vi possa garantire di:

- avere una chiave master padronale in grado di aprire tutti gli accessi da voi scelti;
- creare chiavi secondarie, in grado di aprire solo determinati accessi;
- assicurarvi il massimo della protezione contro tentativi di scasso ed effrazione (cilindri certificati a livello internazionale, contro il Bumping e Picking)
- Brevetti Internazionali prorogati fino al 2033 garantendo il retrofit sui prodotti esistenti
- avere un'altissima protezione contro tentativi di duplicazione illecita o non autorizzata delle chiavi affidate a terzi.

Kaba vi permette anche di integrare nel piano di chiusura un'ampia famiglia di prodotti che uniscono meccanica ed

elettronica (meccatronici) in cui la già altissima sicurezza meccanica, è ulteriormente ottimizzata con le logiche proprie del controllo accessi, consentendovi di:

- escludere immediatamente una chiave smarrita senza la necessità di cambiare il cilindro;
- abilitare l'accesso a fasce orarie prestabilite;
- visualizzare una lista degli accessi di utenti autorizzati o meno e molto altro ancora.



## Flessibilità Meccatronica ed elettronica con Kaba evolo

L'innovazione di Kaba convince non solo per la sua modularità, ma anche per il design elegante e porta in primo piano i temi della sicurezza e dell'attualità in relazione all'autorizzazione all'accesso: all'occorrenza Kaba evolo si adegua alle esigenze e garantisce la sicurezza dell'investimento. In caso di modifiche all'interno di un'organizzazione, è possibile adeguare le autorizzazioni o effettuare eventuali ampliamenti senza alcuna difficoltà.

Con Kaba evolo le aziende potranno risparmiare tempo e contare sul massimo della sicurezza.

Kaba evolo consente di configurare i singoli supporti di accesso comodamente sul posto di lavoro. Viene offerta, inoltre, la possibilità di concedere all'utente le autorizzazioni a livello decentrale.

**Sicurezza estrema e flessibilità di pari passo.**





# Il progetto Ferrcredit

di Christian Cattalini

**Nasce il 30 agosto 2013 dall'esigenza dei grossisti di ferramenta di dotarsi di strumenti avanzati in grado di limitare il rischio di impresa, i ritardi di pagamento e le perdite sui crediti. Vediamo allora come si articola il progetto FerrCredit.**



Christian Cattalini

## FIDO e MONITORAGGIO - Centrale Rischi FerrCredit

**L**a Centrale Rischi è lo strumento di gestione del credito più evoluto del mercato, e si basa sullo scambio dei dati contabili, in forma organizzata ed anonima, tra aziende tra di loro concorrenti. Uno straordinario salto in avanti organizzativo e culturale.

L'aderente al circuito FerrCredit può:  
Monitorare l'intero portafoglio clienti  
Ricerare e affidare puntualmente il nuovo/potenziale cliente

I feed-back che gli aderenti possono ottenere sono *Alert* e *Report* che evidenziano in modo dettagliato le informazioni provenienti dalle diverse fonti, ma soprattutto dai grossisti del circuito in modo da poter avere sempre sotto controllo il comportamento del cliente con tutti i grossisti che lo forniscono, ed avere in anticipo notizie di eventuali criticità, assolutamente **non rilevabili dalle classiche informazioni**.

Il progetto prevede partenze a step, per macro-aree commerciali; da gennaio è già attiva l'area centro-sud, con l'affluenza di dati che riguardano le regioni Toscana, Umbria, Lazio, Marche, Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Calabria e Sicilia, condivisi dai grossisti:

- Cantini & C.
- DFL Srl (Gruppo Gieffe)
- Frascchetti
- Frascchetti Sud
- E.Ili Vitale
- E.Ili Zangrillo (Gruppo Axel)
- Siropa (Gruppo Ferritalia)
- VBS (Gruppo Ferritalia)
- Viridex



A breve sono previsti nuovi ingressi nell'area centro-sud ed inoltre è schedulata la partenza della area nord che definirà la copertura di tutto il territorio italiano.

Le centrali rischi settoriali già attive sono:

Elettro*Credit* - Materiale Elettrico

Idro*Credit* - Idrotermosanitario

Ferr*Credit* - Ferramenta

## LA CONSISTENZA AGGREGATA ATTUALE È LA SEGUENTE:

**5 anni** di protesti su persone fisiche e giuridiche

**5 anni** di pregiudizievoli da conservatoria su persone fisiche e giuridiche

**10 anni** di pregiudizievoli da tribunale su persone fisiche e giuridiche

**2.500.000** annualità di bilancio (ultimi 5 anni di 500.000 aziende)

**350.000** anagrafiche censite

**3.000.000** di esperienze pagamento

## CERTIFICAZIONE PROCEDURE DI GESTIONE CREDITO

Argomento già ampiamente trattato in iFerr Magazine n°13, la certificazione rappresenta un momento formativo importante ed una svolta organizzativa atta a strutturare un flusso di procedure applicabili in ogni fase della gestione del credito. La certificazione viene effettuata da un organismo di parte terza, accreditato, nello specifico TÜV Rheinland. Con la certificazione si accede a forme assicurative di nuova generazione, si migliorano le condizioni bancarie e ci si qualifica verso i propri fornitori.

## NUOVA ASSICURAZIONE - EXCESS OF LOSS

Da sempre in Italia, il mercato delle assicurazioni credito è impervio, a causa delle difficoltà di valutazione ed affidamento della tipica azienda italiana, classificabile come pmi; il valore di tale mercato, nel 2013, è di circa 461 milioni di euro (Dati ANIA 31-12-2013). Ancora più complesso è il discorso nel mondo distribuzione ingrosso, che deve gestire portafogli molto polverizzati, e di clienti impossibili da valutare correttamente

per un'assicurazione crediti tradizionale. Per tutti questi motivi Ferr*Credit* ha selezionato una tipologia di assicurazione con la formula *excess of loss* ossia *eccesso di perdita* che non ha la necessità di valutare il singolo cliente dell'assicurato, ma invece, stabilita una franchigia globale, assicura un massimale di perdite impreviste e/o imprevedibili; condizione base è essere certificati per le procedure di gestione del credito e di utilizzare la centrale rischi del settore.

## IL MARCHIO FERRCREDIT

Ultimo step dell'intero processo è stata la creazione del marchio Ferr*Credit* da apporre, come fosse un timbro, su tutte le proprie fatture di vendita, con il chiaro e dichiarato obiettivo di preavvisare il cliente circa l'appartenenza ad un *circolo virtuoso di gestione del credito* laddove, non pagare, significherebbe subire un ridimensionamento degli affidamenti da parte di tutti i fornitori nel circuito

## L'IMPORTANZA DELLA PARTECIPAZIONE

Restare fuori da Ferr*Credit* significherebbe isolarsi paradossalmente dal resto del mercato e aumentare notevolmente la concentrazione degli eventi negativi, per la confluenza da parte di tutti i rivenditori in difficoltà ed alla ricerca di un fornitore, al quale sia possibile pagare in ritardo, senza ripercussioni. Ferr*Credit* è il primo progetto strutturato di gestione del credito dedicato ad una precisa categoria di imprenditori dello stesso settore, con le stesse problematiche di gestione, e con la stessa clientela. È un laboratorio in continua crescita ed evoluzione grazie alla partecipazione attiva dei partecipanti che suggeriscono ed ottengono con rapidità ed efficienza tutte le implementazioni utili al gruppo. Ha generato strumenti innovativi di gestione del Credito come:

- l'unica **centrale rischi** di settore;
- la prima **assicurazione** con formula Excess of Loss;
- la **formazione** dei credit manager e degli agenti di vendita;
- la **certificazione** delle procedure di gestione del credito.

# 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 Naves 12-13  
28350 Ciempozuelos Madrid - España  
Tel: +34 918274104 - Fax: +34 918094689  
nettuno@nettuno.es - www.nettuno.es

# Finanziamenti agevolati

di Giuseppe Sarno

**Per i beni strumentali delle pmi (piccole e medie imprese), finalmente in dirittura d'arrivo la nuova Legge Sabatini.**

In periodi difficili come quello che stiamo attraversando, il ritorno delle piccole aziende alla redditività e allo sviluppo costituisce l'unica via d'uscita dalla crisi per il nostro Paese. Il principale impedimento al raggiungimento dell'auspicata ripresa è costituito dal cosiddetto **"credit crunch"**, ossia dalla sostanziale impossibilità di accesso al credito da parte degli operatori economici, in particolare di quelli di minori dimensioni.

Allo scopo di fornire strumenti operativi finalizzati al superamento di tale difficoltà è attualmente in campo una novità particolarmente interessante per le pmi: la Legge 9.8.2013, n. 98, di conversione del D.L. 21.6.2013, n. 69 (decreto del "fare"), ha introdotto la c.d. **"nuova legge Sabatini" o "Sabatini bis"** che prevede, in favore di micro, piccole e medie imprese, finanziamenti a tasso agevolato per l'acquisto, anche tramite operazioni di leasing finanziario, di macchinari, impianti, beni strumentali e attrezzature nuove di fabbrica ad uso produttivo, nonché di hardware, software e tecnologie digitali, destinati a strutture produttive già esistenti o da impiantare, ovunque localizzate nel territorio nazionale.

La norma ripropone un'agevolazione che ebbe, negli anni '80 e '90, un vastissimo successo presso le imprese italiane e contribuì notevolmente al rinnovamento ed all'adeguamento tecnologico del tessuto di piccole e medie imprese, notoriamente prevalente in Italia. Infatti, grazie alle sue caratteristiche di semplicità procedurale e possibilità di utilizzo anche per investimenti

di modesto importo, la norma si rende di particolare interesse anche per gli operatori del **"retail"** che intendano dotarsi di attrezzature in grado di ampliare la propria gamma di offerta, sviluppando il mercato potenziale a cui rivolgersi. Un esempio di beni rientranti nell'agevolazione finanziaria può essere rappresentato dai mezzi di sollevamento e movimentazione interna quali transpallets, muletti, carrelli vari e montacarichi; strumenti per l'informatizzazione aziendale e la meccanizzazione della gestione di magazzino, e così via. In particolare, per beneficiare di questa agevolazione l'impresa richiedente deve soddisfare almeno due delle seguenti condizioni:

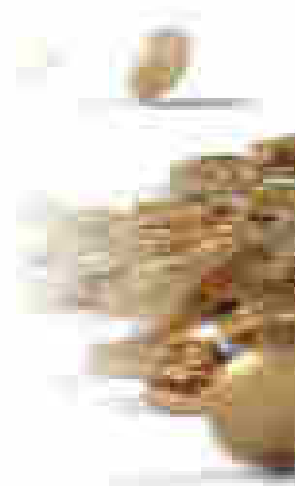
- **il fatturato annuo** (la voce A1 del Conto Economico) **non deve superare i 50 milioni di euro;**

- il totale dell'attivo patrimoniale non deve essere superiore a 43 milioni di euro

- l'impresa impiega meno di 250 occupati;

L'agevolazione prevede l'erogazione, da parte del Ministero dello Sviluppo Economico, di un contributo pari all'ammontare complessivo degli interessi calcolati in via convenzionale **su un finanziamento al tasso d'interesse del 2,75 %, della durata di 5 anni e d'importo equivalente al predetto finanziamento.** In sostanza, l'agevolazione **copre l'intero costo** del finanziamento necessario all'acquisto (o l'acquisizione in leasing finanziario) dei beni produttivi.

L'importo massimo erogabile è pari a 2 milioni di euro per ciascuna impresa beneficiaria mentre **l'investimento minimo agevolabile è di 20.000 Euro.** L'agevolazione è cumulabile con altre concesse per le medesime spese,





## IN SOSTANZA

- L'agevolazione **copre l'intero costo** del finanziamento necessario all'acquisto (o l'acquisizione in leasing finanziario) dei beni produttivi.
- L'importo **massimo** erogabile è pari a **2 milioni di euro** per ciascuna impresa beneficiaria  
L'importo **minimo** è pari a **20.000 Euro**.
- L'agevolazione è **cumulabile** con altre concesso per le medesime spese, compreso l'eventuale accesso al Fondo di Garanzia, a condizione che il cumulo non comporti il superamento delle intensità massime previste dall'art. 15 del regolamento CE 800/2008.
- Gli **investimenti** devono essere **avviati successivamente alla data della domanda di accesso** ai contributi e devono essere conclusi entro il periodo di preammortamento o di prelocazione, della durata massima di 12 mesi dalla data di stipula del finanziamento.



compreso l'eventuale accesso al Fondo di Garanzia, a condizione che il cumulo non comporti il superamento delle intensità massime previste dall'art. 15 del regolamento CE 800/2008.

Gli investimenti devono essere avviati successivamente alla data della domanda di accesso ai contributi e devono essere conclusi entro il periodo di preammortamento o di prelocazione, che non può avere durata superiore ai 12 mesi dalla data di stipula del contratto di finanziamento.

L'agevolazione è pienamente operativa a partire dal 31 marzo scorso e durerà due anni e mezzo, terminando nel dicembre del 2016. La dotazione iniziale della legge Sabatini Bis ammonta a 2,5 miliardi di euro, ma è in cantiere un progetto di aumento dei fondi, che ne prevede il raddoppio, in grado di soddisfare sino a 100.000 domande di richiesta di finanziamento.



## REQUISITI BASE

La Legge 9.8.2013, n. 98, di conversione del D.L. 21.6.2013, n. 69 (decreto del "fare"), ha introdotto la "nuova legge Sabatini" o "Sabatini bis" che prevede, in favore di micro, piccole e medie imprese, finanziamenti a tasso agevolato per l'acquisto, o l'acquisizione tramite operazioni di leasing finanziario, di macchinari, impianti, beni strumentali di impresa e attrezzature nuovi di fabbrica a uso produttivo, nonché di hardware, software e tecnologie digitali, destinati a strutture produttive già esistenti o da impiantare, ovunque localizzate nel territorio nazionale.

Per beneficiare di questa agevolazione l'impresa richiedente deve soddisfare almeno due delle seguenti condizioni:

**1 - il fatturato annuo non deve superare i 50 milioni di euro;**

**2 - il totale dell'attivo patrimoniale non deve essere superiore a 43 milioni di euro;**

**3 - l'impresa impiega meno di 250 occupati.**

Tribunale di Milano - FALLIMENTO n. 792/2013

HODARA UTENSILI S.P.A.

Sollecitazione di manifestazione di interesse per l'acquisto di azienda



Il Curatore fallimentare avv. Maurizio Orlando sollecita manifestazioni di interesse finalizzate all'acquisto di azienda storicamente operante nel settore della produzione di piccola utensileria manuale per uso professionale.

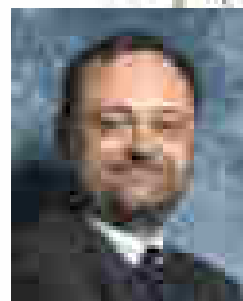
Si precisa che la predetta azienda comprende, oltre alle giacenze di magazzino, anche il noto marchio “**HU firma**” riconoscibile a livello nazionale.

Le manifestazioni di interesse indicanti l'eventuale prezzo offerto e ogni altro elemento qualificante l'offerta stessa dovranno pervenire alla Curatela entro il giorno 30.06.2014 a mezzo fax al n. 02.5510317 ovvero all'indirizzo di posta elettronica certificata (pec) [f792.2013milano@pecfallimenti.it](mailto:f792.2013milano@pecfallimenti.it).

Il presente annuncio e la ricezione delle eventuali manifestazioni di interesse non comportano alcun obbligo a carico del Fallimento, né alcun impegno di alienazione nei confronti di eventuali offerenti, né alcun diritto provvigionale a qualsiasi titolo (mediazione o consulenza) in favore di terzi. Se del caso, le modalità di vendita verranno infatti stabilite dal Giudice Delegato con successiva *Ordinanza*.

Per maggiori informazioni e chiarimenti scrivere al Curatore al fax n. 02.5510317 ovvero all'indirizzo di posta elettronica [fallimenti@orlando-fornari.it](mailto:fallimenti@orlando-fornari.it).

# Welfare Aziendale



Maurizio Testa

**Ovvero: il benessere per i dipendenti. Chi lo sta praticando conferma che i conti tornano. Se in azienda i dipendenti vengono aiutati a meglio conciliare le problematiche di famiglia con l'impegno di lavoro, si ottiene il risultato di poter contare su un personale più sereno, presente e concentrato. Si riduce di molto il tasso di disoccupazione, efficienza e qualità aumentano e alla fine conviene a tutti.**

**G**li intervistati di un'indagine Edenred affermano che il welfare aziendale contribuisce a incrementare la produttività (38%), ridurre l'assenteismo (34%), accrescere il senso di appartenenza all'azienda (33%), valorizzare il capitale umano (32%) e migliorare il clima aziendale (30%).

Il "benessere" in sé è un termine che può sottintendere per ogni persona cose molto diverse, dalla qualità della vita, agli stili di vita, alle relazioni tra le persone fuori e dentro l'azienda, ai servizi erogati per risolvere i problemi della vita di ciascuna persona o famiglia. In particolare a quest'ultimo concetto ci rifacciamo quando parliamo di welfare aziendale, ovvero l'azienda può intermediare per i dipendenti la possibilità di accedere a servizi utili a risolvere problemi personali e familiari che altrimenti interferirebbero con l'attività al lavoro producendo assenteismo o diminuendo l'attenzione e la qualità della propria prestazione lavorativa.

## IL VANTAGGIO ECONOMICO È PER TUTTI

La normativa italiana consente all'impresa di convenzionarsi con enti o istituti e pagare direttamente un

determinato set di prestazioni che sono erogate a beneficio del lavoratore o di un membro della sua famiglia. Il benefit non è tassato, per esempio assumiamo che l'azienda paghi 100 sostituendosi al lavoratore per una serie di servizi. Il potere d'acquisto di quei 100 è totale. Un costo lavoro 100 all'azienda avrebbe infatti prodotto un salario netto spendibile di 40 per il lavoratore (il famoso cuneo fiscale)

Se il lavoratore avesse dovuto pagare da sé quella prestazione il costo reale sarebbe stato di circa 210% superiore. Succede che al mattino un figlio si svegli improvvisamente malato, oppure la badante del nonno telefonica ha un problema e non può venire. Che fare in queste emergenze?

Il lavoratore se può prende un giorno di ferie, oppure si dà malato a sua volta, oppure si reca al lavoro avendo la preoccupazione per tutto il giorno di aver lasciato un proprio caro senza assistenza, avendo la testa per aria con chissà quali conseguenze per la qualità del suo lavoro. Certo se ci fosse la possibilità di accedere a dei servizi gratuiti o a basso costo perché convenzionati dall'azienda, allora si potrebbe telefonare anche all'ultimo momento ad una struttura organizzata per esempio per richiedere una baby sitter o una badante di fiducia e



## IL PROBLEMA IN CIFRE

Una recente ricerca Istat fotografa la seguente situazione in materia di conciliazione tra lavoro e famiglia.

- Il 38,4% della popolazione tra i 15 e i 64 anni dichiara di prendersi regolarmente cura di figli minori di 15 anni, oppure di altri bambini, di adulti malati, disabili o di anziani.
- 27,7% delle persone tra i 15 e i 64 anni ha figli minori di 15 anni, il 6,7% si prende regolarmente cura di altri bambini e l'8,4% di adulti o anziani bisognosi di assistenza.
- Sono soprattutto le donne a essere coinvolte nella responsabilità di cura (42,3% contro il 34,5% rispetto agli uomini).
- Il 35,8% degli occupati con responsabilità di cura vorrebbe modificare il rapporto tra tempo dedicato al lavoro retribuito e quello impiegato in assistenza

ed accudimento.

- La mancanza di servizi di supporto nelle attività di cura rappresenta un ostacolo per il lavoro a tempo pieno al 14,3% delle donne occupate part time.

### IL WELFARE AZIENDALE È ANCHE PER LE PMI

Particolare successo ha avuto l'applicazione di una politica di welfare aziendale per le grandi strutture che sono storicamente organizzate per gestire un'attenta e puntuale politica sul personale grazie anche alla professionalità in azienda dedicate a questo scopo, sono celebri i risultati di aziende importanti come Luxottica, TOD's, Vodafone, ATM, Banca Intesa e molte altre a testimoniare, numeri alla mano, i benefici dell'applicazione di questa filosofia aziendale di concreta attenzione e centrali-

tà della persona.

Perché invece le PMI fanno fatica a cogliere l'opportunità anche quando le risorse ci sono?

Perché spesso manca un capo del personale in azienda e il titolare o i dirigenti hanno la testa da altre parti e non c'è mai tempo per mettersi a capire come funziona e come si deve fare.

Così mentre viviamo in modo compulsivo le accelerazioni del tempo moderno aumentando lo stress di tutto il personale, non riusciamo a cogliere quell'opportunità di respiro che, a sua volta, ci darebbe invece fiato per respirare e avere risultati di business migliori, perché realizzati da persone più felici di lavorare nel proprio posto di lavoro.





recarsi quindi al lavoro con maggiore serenità avendo liberato la mente da patemi e preoccupazioni.

## MA ALLA FINE, CHI PAGA ?

Ci sono contributi pubblici a volte anche consistenti a favore delle imprese che ovviamente consentono di ridurre di molto i costi. In assenza di contributi pubblici, i titolari e i lavoratori sono invitati a sedersi attorno ad un tavolo e negoziare le condizioni per accedere a benefit di questo tipo che, come abbiamo detto, fanno bene e convergono a tutti. Infine, in una visione più ampia di generazione di valore sociale, va tenuto conto di quanto i servizi di welfare aziendale possano dare un contributo alla creazione di lavoro addizionale per gli operatori coinvolti, generando quindi un'onda positiva nella economia del territorio. Qui a seguire evidenziamo i servizi più apprezzati nella modalità di welfare aziendale.

## INFANZIA

- Invio di babysitter con formazione specifica
- Pagamento centri estivi, servizi pre e post scuola attraverso la stipula di convenzioni con scuole, istituti e realtà parrocchiali e private del territorio
- Servizio di ostetricia a domicilio per la cura della neo mamma e del neonato

## ANZIANI E ADULTI NON AUTOSUFFICIENTI

- Invio al domicilio di persone malate/non autosufficienti di assistenti domiciliari, ASA ed OSS qualificati per l'igiene personale e dell'ambiente e servizi di supporto e di accompagnamento alla terapia per persone malate/non autosufficienti.

## SALUTE

- Medico/infermiere/fisioterapista a domicilio
- Informazione e orientamento a centri medici e diagnostici convenzionati attraverso un numero verde
- Formazione sul tema del consumo e dell'alimentazione responsabile
- Formazione sul tema della salute e del benessere sul posto di lavoro
- Visita specialistica preventiva gratuita, richiesta dal dipendente in orario di lavoro

## RISPARMIO DI TEMPO

- Realizzazione di pratiche fiscali, pratiche di successione, pratiche previdenziali o assistenziali, gestione del personale domestico in orari agevolati
- Servizi per la gestione delle incombenze domestiche, in particolare per la pulizia della casa
- Servizio di stileria con consegna e ritiro dei capi
- Consegna in ufficio della spesa
- Maggiordomo aziendale per piccole mansioni nei dintorni

## PER SAPERNE DI PIÙ

X4U eXperience For You è un'associazione di promozione sociale per una nuova cultura imprenditoriale basata sulla responsabilità sociale personale, sulla centralità della persona, sulle relazioni di reciprocità e sulla funzione sociale del profitto d'impresa. L'associazione ha recentemente costituito una task force dedicata a dare supporto alle aziende che pensano di non avere i mezzi o il tempo per occuparsi in proprio di questo problema e chiedono aiuto per essere accompagnate alla realizzazione di una politica sostenibile di welfare aziendale e coglierne tutti i benefici indotti.

Per approfondimenti: [info@experienceforyou.org](mailto:info@experienceforyou.org)

Milano  
Sinca 1965

**MA FRA**

linea tecnica

Made In Italy

# SVITING<sup>®</sup> RAPID SPRAY

- **SBLOCCANTE DISINCROSTANTE AD AZIONE LUBRIFICANTE  
A FORTE PENETRAZIONE**



## PRODOTTI USATI NELLE OFFICINE SPECIALIZZATE

SVITING RAPID, grazie alla sua azione penetrante, riesce a sciogliere rapidamente l'ossido e ad espellere i residui ferrosi e qualunque tipo di impurità. SVITING RAPID esercita anche un'utile azione lubrificante e detergente su pezzi metallici accoppiati e bloccati da ruggine e incrostazioni. Il prodotto è quindi indispensabile per sbloccare viti, dadi, bulloni, serrature, cerniere e raccorderie ossidate dal tempo senza danneggiare parti in gomma o verniciate.



di Paolo Barracano

INTEMPRA



# Social Media Marketing

I numeri sviluppati nel canale dei social sono impressionanti. Ad oggi solo su Facebook in Italia ci sono 24 milioni di utenti maggiori di 18 anni: un mercato potenziale enorme, sempre connesso e dalla nostra portata, targettizzabile ed identificabile per interessi, età, sesso ed area geografica, al quale rivolgere la propria comunicazione e che si trasforma esso stesso in promotore dei valori dell'impresa.

Questa è la chiave per comprendere il vero potenziale del social media marketing: il ritorno non viene dalla promozione del prodotto o del servizio, ma dal coinvolgimento della propria utenza, del proprio mercato, che si fa ambasciatore dei valori di una azienda, promuovendoli e condividendoli tra le proprie cerchie ed amicizie. Fare una buona attività di marketing sui social network significa concentrarsi sugli aspetti più caratteristici e distintivi della propria attività, della personalità, e del carattere della propria impresa: raccontare, mettere in evidenza e comunicare al proprio mercato i veri *Valori* espressi dalla propria azienda e dalla propria *offerta*, in modo che siano compresi, apprezzati e condivisi dai propri utenti.

## UNA QUESTIONE DI TENDENZA

Sempre più italiani condividono online sui social network le proprie esperienze e preferenze in qualità di consumatori. Sempre più utenti oggi tendono a chiedere consigli online su prodotti o servizi, sempre più utenti fanno emergere le proprie competenze e professionalità attraverso i social network, diventando opinion leader ed influenzando le scelte d'acquisto delle proprie reti di contatti. Ed è in questo modo che si costruisce la "social reputation" di una azienda o di

un brand, ovvero il modo in cui ci percepiscono clienti e mercato.

Fare social media marketing significa perciò definire un piano di comunicazione fatto di informazioni, aggiornamenti, immagini, video e curiosità che facciano leva sugli interessi dei propri utenti, che ne alimentino la curiosità e che li coinvolgano in modo tale che essi stessi possano a loro volta contribuire, partecipando alle discussioni con le loro esperienze ed opinioni, e facendo sì che la loro stessa partecipazione diventi elemento di promozione e divulgazione dei valori e delle qualità dell'impresa.

## IN SOSTANZA

Qualche esempio concreto: un cliente che, in totale autonomia e spontaneità, dichiara, apprezza o condivide con i suoi contatti il fatto che la nostra azienda sia tra le migliori per qualità e rapidità di consegna, ha un valore ben diverso dal dichiararlo noi, in forma promozionale.

Il **valore** di questa spontanea dichiarazione diventa assoluto: non è solo una mera rappresentazione di una qualità dell'azienda (tempismo nella consegna), è l'attestazione di reale stima, preferenza, appartenenza e legame con il marchio, che oltre a poter essere condivisa da altri utenti, che ne rafforzano ulteriormente il potenziale, si trasforma in uno strumento efficacissimo di promozione dell'offerta aziendale.

Un cliente che pubblica un video in cui si diverte utilizzando a proprio modo un prodotto, e risolvendo una particolare esigenza, diventa sponsor di un nuovo modo di comunicare il prodotto non solo agli amici, ma a tutto il pubblico connesso in rete: gli amici degli amici.

Il *valore assoluto* espresso da un video del genere, aperto alle più disparate interpretazioni, dalla

ne  
ment  
indul  
loni

social  
chat  
comment  
find  
write post  
receive  
friends  
search create  
find  
add friend  
like  
follow  
message  
information

semplicità d'uso, alla adattabilità ad ogni situazione, alla simpatia, familiarità della marca, alla capacità di risolvere specifiche esigenze, etc. va ben oltre la comunicazione pubblicitaria tradizionale, che per quanto possa richiamarsi a testimonial reali, simula pur sempre una applicazione.

**Il post spontaneo** di un utente sulla pagina Facebook di una azienda, o il suo commento a un post, non solo sfrutta il prestigio, l'autorità e la considerazione che lo stesso utente possiede nell'ambito dei propri contatti, ma ha anche un preciso valore commerciale, nel momento in cui comunica agli altri followers della pagina, con una carica e una enfasi impossibili da ricreare in una campagna pubblicitaria.

## COME FARE?

I valori dell'azienda (o del brand, prodotto, servizio, etc.) possono essere comunicati in modo differente a seconda delle tipologie di target al quale ci si rivolge: si può fare informazione pubblicando approfondimenti, case history e novità; è possibile condividere notizie e curiosità riguardanti il proprio mercato e stimolare il dibattito; è possibile miscelare i propri contributi utilizzando anche contenuti di terzi, immagini, video e curiosità, inerenti tematiche non necessariamente affini alla propria, ma che attraggano o interessino l'utenza (es. viaggi, umorismo, sport, etc.) purché comunque collegati o inerenti al proprio target.

Un'altra importante tendenza da tenere molto bene in conto è il fatto che sempre più spesso gli utenti ed i clienti utilizzano i social network per indirizzare critiche, commenti ed anche apprezzamenti alle imprese. E cioè il customer care ed il customer relationship management si fanno anch'essi sempre più social, e possono essere utilizzati come amplificatore della capacità dell'azienda di ascoltare e risolvere i problemi degli utenti.

Una pronta ed immediata risposta al problema sollevato da un cliente diventa il mezzo per conquistare la fiducia di tutti gli altri. Una critica mossa da un cliente, stimola gli altri clienti più affezionati a difendere il proprio brand.

Social network come Facebook, Google plus, o LinkedIn, inoltre permettono alle imprese di promuovere la pubblicazione di tali contributi, o post, con campagne pubblicitarie a pagamento che amplificano la portata del messaggio e della comunicazione a specifiche tipologie di utenti,

nonché aree geografiche selezionate.

Facendo leva sull'elevatissimo numero di utenti presenti sui social network, e sulla disponibilità di tutte le informazioni ad essi correlate, affiancare alle proprie pubblicazioni spontanee una adeguata pianificazione pubblicitaria rende ancora più efficace l'azione di comunicazione, sia in termini di conquista di nuovi clienti, che in termini di ampliamento più in generale del proprio mercato.

Nel prossimo articolo entreremo nel dettaglio di come organizzare e pubblicare una campagna pubblicitaria sui social network.



## IN SINTESI

**A** - Ad oggi solo su **Facebook in Italia ci sono 24 milioni di utenti maggiori di 18 anni**: un mercato potenziale enorme, al quale rivolgere la propria comunicazione e che si trasforma esso stesso in promotore dei valori dell'impresa.

**B** - Questa è la chiave per comprendere il vero potenziale del social media marketing: il ritorno viene dal **coinvolgimento della propria utenza**, del proprio mercato, che si fa ambasciatore dei valori di un'azienda, promuovendoli e condividendoli tra le proprie cerchie ed amicizie.

**C** - Fare **social media marketing** significa definire un piano di comunicazione fatto di informazioni, aggiornamenti, immagini, video e curiosità che facciano leva sugli interessi dei propri utenti, facendo sì che la loro stessa partecipazione diventi elemento di promozione e divulgazione dei valori e delle qualità dell'impresa.

**D** - I **valori dell'azienda** (o del brand, prodotto, servizio, etc.) possono essere comunicati in modo differente a seconda delle tipologie di target al quale ci si rivolge.

**E** - Anche il **customer care ed il customer relationship management** si fanno sempre più social, e possono essere utilizzati come amplificatore della capacità dell'azienda di ascoltare e risolvere i problemi degli utenti.



# 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**



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)

# Assortimenti,

# *differe*



RESIDUO NON  
RICICLABILE



LIXO  
ORGÂNICO



PLAS



*enziati!*



**Quando alcuni comuni (pochi, lungimiranti e forse un po' visionari) hanno iniziato a introdurre le prime regole per il trattamento dei rifiuti domestici, eravamo davvero tutti impreparati. I consumatori, che non sapevano bene come gestire la questione, ma anche gli annessi e connessi (produttori, distributori e rivenditori), che non avevano certo messo a fuoco quanto questa novità avrebbe cambiato il nostro approccio e i nostri consumi in materia di soluzioni per l'organizzazione della raccolta dei rifiuti.**



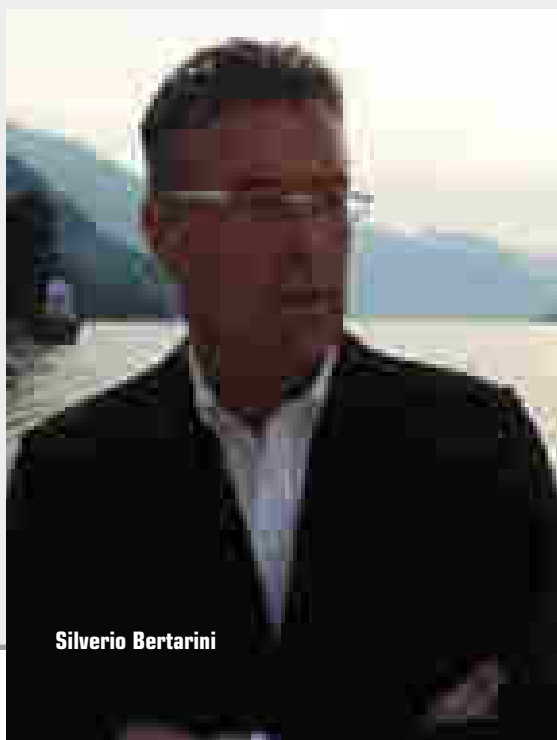
In un mondo che produce sempre più rifiuti, non sappiamo più come fare a sbarazzarcene. In natura il concetto di rifiuto non esiste: tutto viene assorbito dall'ambiente e rimesso in circolo; questa è la lezione che dobbiamo imparare, e che in effetti stiamo cercando, di imparare. Prima di tutto, dobbiamo imparare a valorizzare, anziché gettare, i rifiuti che produciamo: far durare più a lungo possibile ciò che utilizziamo e, in seguito, dare nuova vita a ciò che scartiamo riutilizzando tutti i materiali che possiamo riciclare. Così nasce l'idea di differenziare la raccolta dei rifiuti. Ma ne sappiamo abbastanza?

## COME FUNZIONA LA DIFFERENZIATA

La raccolta differenziata è un sistema di raccolta dei rifiuti che consente di raggruppare quelli urbani in base alla loro tipologia materiale e di destinarli al riciclaggio, e quindi al riutilizzo di materia prima. Una volta raccolti, vengono destinati agli impianti di trattamento dei rifiuti. Qui vengono depurati dalla presenza di materiali estranei e non omogenei, e avviati agli impianti industriali di produzione che impiegano quelle che, a questo punto, sono divenute **materie prime seconde**.

La raccolta differenziata, dunque, risponde a due problemi: il consumo di materia prima (diminuito appunto grazie al riciclo) e la riduzione delle quantità destinate alle discariche e agli inceneritori. Inoltre, dalla gestione

## INTERVISTA



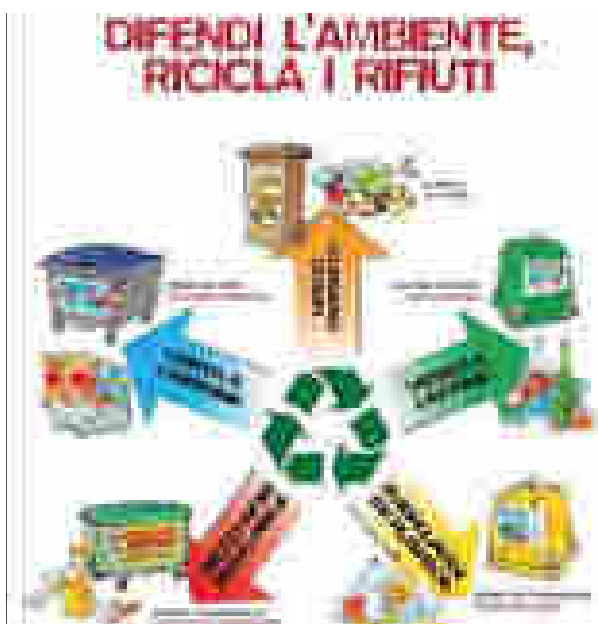
Silverio Bertarini

In principio perciò, era il caos. Ci siamo passati tutti, noi cittadini di quei comuni all'avanguardia. Prima un bidoncino, poi un altro, magari un secchio per il vetro; i più fortunati, quelli con ampie terrazze o giardini, qualche bidone più grande, per la plastica o le lattine. Di certo, tante soluzioni di fantasia, messe insieme dall'inventiva e disponibilità di ogni singolo utente. Poi sono apparsi i primi contenitori comunali. Una bella svolta, è chiaro. Da quel momento in poi, è stato un crescendo di attenzioni per la questione, sotto

tutti i punti di vista. E in distribuzione sono man mano apparse soluzioni sempre più pratiche, funzionali ed efficienti. Ma in quale distribuzione l'utente si aspetta di trovare una buona offerta di sistemi per la raccolta differenziata di tipo domestico?

E poi: quali soluzioni predilige? Ne abbiamo parlato con Silverio Bertarini, direttore marketing e commerciale di Terry Storage, storica azienda specializzata in progettazione, produzione e commercializzazione di contenitori plastici.

**iFerr: Senta Bertarini, anche voi, in Terry, avete iniziato a muovervi nel mondo dei contenitori per la raccol-**



integrata dei rifiuti può venire anche un contributo importante alla lotta ai cambiamenti climatici e all'inquinamento dell'aria. Secondo stime di Legambiente, chi oggi ricicla la metà dei propri rifiuti riduce la CO2 emessa in atmosfera di una quantità tra i 150 e i 200 chili all'anno.

#### COME FUNZIONA UNA DISCARICA

La discarica di rifiuti è un luogo dove

vengono depositati in modo non differenziato i rifiuti solidi urbani e tutti i rifiuti provenienti dalle attività umane. La normativa italiana prevede tre diverse tipologie di discarica:

- **Discarica per rifiuti inerti**
- **Discarica per rifiuti non pericolosi (tra i quali i Rifiuti Solidi Urbani)**
- **Discarica per rifiuti pericolosi (tra cui ceneri e scarti degli inceneritori)**

## IN REPARTO

Un reparto completo di prodotti per la raccolta differenziata dei rifiuti, dovrebbe essere così articolato.

- Bidoncini tradizionali da sotto lavandino
- Bidoncini modulati da sottolavandino
- Bidoni tradizionali, con coperchio, da esterni
- Bidoni carrellati, da esterni
- Contenitori a più scomparti
- Armadietti a più posizioni
- Armadi da esterni, a più posizioni
- Profumatori
- Compattatori
- Sacchetti biodegradabili e non
- Sacchi

La marginalità media per questi prodotti è decisamente buona.

In Italia ci sono ottimi produttori, che soddisfano ampiamente le aspettative dell'utenza finale. Per contrastare la grande distribuzione, l'ideale è strutturare il proprio assortimento in maniera organica e completa, senza paura di dedicare al prodotto spazi e investimenti.

#### ta differenziata di tipo domestico?

**S.B.:** Certamente, d'altro canto non poteva essere altrimenti. Perché questo è un settore in sviluppo e crescita, che vale la pena di presidiare, sotto tutti i punti di vista.

**iFerr:** Perché ci sono ancora spazi di mercato aperti?

**S.B.:** Direi di sì. Di fatto sino a poco tempo fa gli utenti si arrangiavano mettendo insieme prodotti differenti e non sempre così semplici ed efficaci da utilizzare e gestire. E molti di loro (ma direi la grande maggioranza), non ha ancora avuto necessità o modo di riordinare e riorganizzare spazi e strumenti per la raccolta differenziata. Quindi da fare c'è davvero tanto.

**iFerr:** Par di capire che i margini commerciali siano assai ampi, anche a proposito di

#### "primi impianti"?

**S.B.:** Se per "primo impianto" si intende: un acquisto che non va semplicemente a sostituire un prodotto così come è, ma costituisce di fatto una novità di metodo o di sistema, allora direi proprio di sì. Per questo credo sia importante, per i punti vendita, stimolare la curiosità degli utenti, esponendo le soluzioni più innovative che hanno in assortimento a proposito di raccolta differenziata. Perché in effetti non tutti i consumatori sono aggiornati in materia, e molti di loro non hanno ben chiare le possibilità che il mercato ha messo a loro disposizione.

**iFerr:** Quindi non solo un mercato ancora aperto, ma in molti casi anche una necessità latente e inconsapevole che può essere stimolata?

**S.B.:** E questo è il bello, a mio avviso! Perché vuol dire poter affrontare la questione come meglio si desidera o si considera





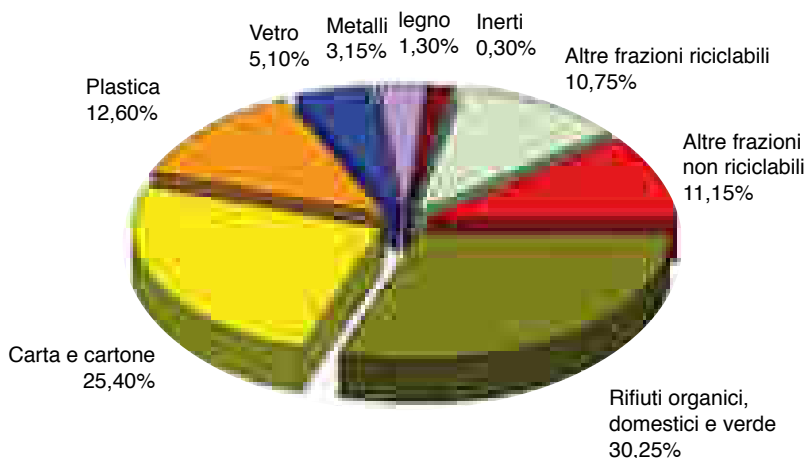
I rifiuti devono comunque rimanere sotto osservazione per almeno 30 anni dopo la sua chiusura. Nel frattempo l'area è utilizzabile per altri scopi (in genere il terreno superficiale viene utilizzato per la piantumazione).

## COME FUNZIONA UN IMPIANTO DI SELEZIONE

I moderni impianti di trattamento dei rifiuti, anche detti di selezione o sistemi integrati

di trattamento e smaltimento rifiuti, sono in sostanza dei siti che "puliscono" i rifiuti da raccolta differenziata e li avviano privi di materiale estraneo agli impianti produttivi. Sono fondamentali nel processo di riciclo, poiché uno dei maggiori problemi nella raccolta differenziata è legato alla presenza di materiale estraneo nelle diverse tipologie di rifiuto (per esempio la ceramica nel vetro, o il nylon nella carta).

## COMPOSIZIONE DEI RIFIUTI URBANI



opportuno, in funzione degli spazi espositivi disponibili, del bacino d'utenza di riferimento, della concorrenza con la quale ci si deve confrontare.

**iFerr:** Veniamo al dunque: un rivenditore di ferramenta ha senso che dedichi spazi e assortimenti a questi prodotti?

**S.B.:** La ferramenta è sempre di più un punto di riferimento complessivo per tutto ciò che ruota intorno alla casa, alla sua manutenzione ma anche alla sua fruizione. E in ferramenta l'utente si aspetta di trovare tutte le migliori soluzioni tecniche ma non solo, ai suoi problemi di gestione domestica, anche a proposito di raccolta differenziata.

**iFerr:** Con quali assorti-

menti dovrebbe proporre, questi prodotti?

**S.B.:** Non c'è una risposta valida per tutti. Un rivenditore di ferramenta tradizionale dovrebbe declinare la sua offerta in modo attento, e molto oculato. Tutto dipende dal bacino d'utenza, e dalla collocazione del punto vendita. Un negozio di prossimità, ad esempio, dovrebbe privilegiare le soluzioni di dimensioni più contenute, ideali per collocazioni in balconcini o piccole terrazze. Mentre il suo collega di periferia o campagna, farebbe bene a completare l'offerta con referenze tipiche da esterno e da giardino, più capienti ma certamente anche più impegnative dal punto di vista degli ingombri.

**iFerr:** A proposito di ingombri: come la mettiamo, con la logistica di questi prodotti

**COME FUNZIONA  
UN INCENERITORE  
(TERMOVALORIZZATORE)**

Un termovalorizzatore è un impianto industriale di incenerimento, mediante combustione, dei rifiuti.

È essenzialmente composto da un forno all'interno del quale vengono bruciati i rifiuti (CDR); il calore prodotto porta a vaporizzazione l'acqua in circolazione nella caldaia posta a valle, e il vapore così generato aziona una turbina che trasforma l'energia termica in energia elettrica. L'inceneritore è quindi un impianto che utilizza come combustibile i rifiuti (CDR), con due obiettivi: eliminarli e produrre energia con il calore prodotto dalla loro combustione.



**a magazzino?**

**S.B.:** Oggi il rivenditore ha davvero tante differenti possibilità. I bidoni e bidoncini li realizziamo sempre impilabili, con un minimo ingombro per massime scorte. E i mobiletti invece possono essere in kit. Non solo. I rivenditori all'ingrosso ormai si sono organizzati per garantire consegne frequenti, anche per ordini minimi. Quindi credo che ormai la questione logistica possa considerarsi superata.

**iFerr:** Un ferramenta, dovrebbe assortire i soli contenitori?

**S.B.:** Un buon ferramenta dovrebbe certamente completare la sua offerta includendovi i sacchetti di tutte le misure e le tipologie più richieste (biodegradabili e non), e gli accessori, almeno i più diffusi, come i

profumatori, e gli attrezzi per compattare i rifiuti.

**iFerr:** Stiamo parlando di un reparto stagionale?

**S.B.:** In realtà no, il reparto è continuativo a tutti gli effetti, anche se indubbiamente alcune referenze da giardino, registrano picchi di vendita nei periodi estivi.

**iFerr:** Per chiudere: gli utenti dimostrano particolari esigenze, dal punto di vista del design?

**S.B.:** Più che al design, sono molto interessati alla praticità funzionale, dei prodotti. Bisogna stare molto attenti a proporre soluzioni semplici da caricare e da svuotare, facile da aprire e da pulire e di immediata lettura, a proposito della tipologia di rifiuto che contengono.





## MA QUANTO CI VUOLE?

Questi i tempi medi di smaltimento di alcuni prodotti di uso comune e quotidiano, quando gettati in una discarica tradizionale.

**Fazzolettino di carta:** 4 settimane

**Giornale:** 6 settimane

**Maglia di lana:** 10 mesi

**Rivista:** 10 mesi

**Mozzicone di sigaretta:** 2 anni

**Chewing-gum:** 5 anni

**Contenitore di alluminio:** 50 anni

**Contenitore di polistirolo:** 50 anni

**Lattina di alluminio:** 100 anni

**Sacchetto di plastica:** 500 anni

**Tessuto sintetico:** 500 anni

**Bottiglia di plastica:** fino a 1.000 anni

**Bottiglia di vetro:**

tempo indeterminato

Per saperne di più:

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

[www.comieco.org](http://www.comieco.org)

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

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

## VISTI DAI BUYER



Maurizio Bresciani - buyer Figli di Pietro Rodeschini – distribuzione ingrosso ferramenta

**iFerr:** Da quanto tempo avete in assortimento questa merceologia?

**M.B.:** Da quando i comuni, in Lombardia, hanno imposto la raccolta differenziata. Non ricordo gli anni ma penso almeno una quindicina.

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

**M.B.:** I nostri clienti sono i negozi di ferramenta, ma anche piccoli brico, consorzi, garden.

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

**M.B.:** Nei primi anni si sono dovuti scegliere i fornitori che per primi si sono attrezzati su questi prodotti. Poi con il passare degli anni abbiamo seguito le varie evoluzioni di questo prodotto ed ora abbiamo i nostri 2 fornitori abituali con i quali operiamo da tempo. Ma la ricerca di un prodotto sempre più comodo e pratico per la casa non è comunque certo terminata.

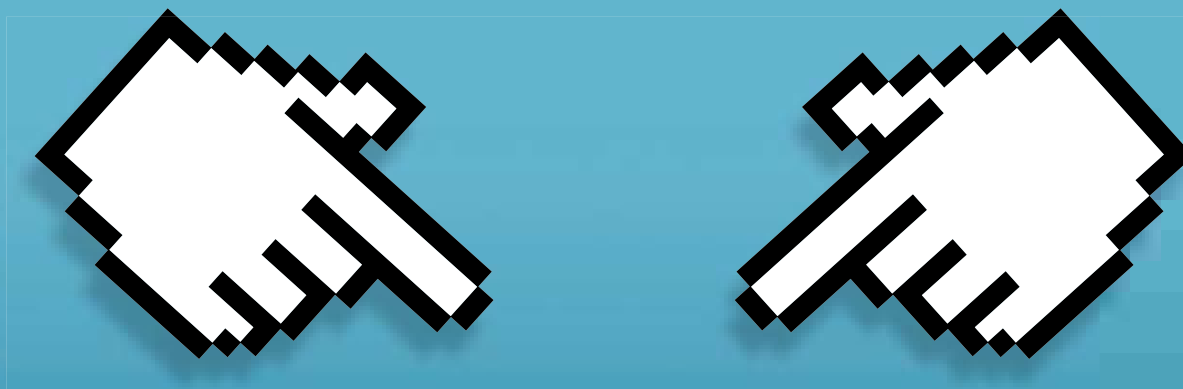
## ECOCAB2

Armadietto a 2 ante ideato per la raccolta differenziata dei rifiuti di Terry Storage. Una soluzione pratica e funzionale, resistente e ben concepita, che consente di caricare e scaricare gli scomparti con semplicità e velocemente.

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



# Il tuo sito di e-commerce, ti fa davvero vendere online?



## No? allora sappiate che:



Intempra è specializzata in sistemi di vendita on line su misura. Qualunque sia il vostro settore merceologico, realizzeremo un progetto specifico e dedicato.



L'analisi del vostro mercato, il focus sugli obiettivi veramente raggiungibili, la progettazione grafica e la strategia di marketing sono solo la base per costruire un sistema di vendita efficiente, efficace, vincente.



L'ottimizzazione SEO, il sistema di gestione del catalogo (listini, prodotti, promozioni personalizzabili, etc.), l'assistenza tecnica e commerciale al cliente, rendono l'e-Commerce di Intempra lo strumento di vendita ideale in un mercato in cui il solo essere online non garantisce fatturato.



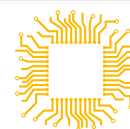
Se siete già arrivati a questo punto perchè non avete tempo di leggere tutto, allora chiamateci, sappiamo già cosa vi serve.

Avete letto tutto? chiamateci lo stesso, abbiamo appena cominciato a farvi diventare davvero performanti.

Guarda la demo su: [ferramenta.intempra.com](http://ferramenta.intempra.com)



**Chiamaci, scoprirai che  
per gli iscritti ad iFerronline.com  
il primo anno di assistenza  
è GRATIS**



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

innovazione tecnologica per l'impresa

Milano 02 565.67.982 - Bari 080 558.95.65

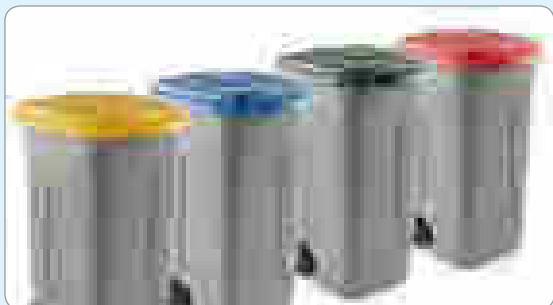
[ferramenta@intempra.com](mailto:ferramenta@intempra.com)



## Trio

Una pattumiera per la raccolta differenziata, che Tontarelli dedica agli armadietti della cucina, e alle famiglie più attente e esigenti. Un sistema per avere anche a colpo d'occhio, tutto in ordine e a portata di mano.

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



## Carrellato

Portarifiuti da 100 litri per la raccolta differenziata, con ruote per la movimentazione e coperchio con chiusura a clip. Realizzato in polipropilene, è dotato di: aggancio esterno 4 angoli per sacco rifiuti, coperchio con chiusura a clip, maniglia ergonomica e rinforzata per facilitarne il trasporto. È facilmente impilabile con ruote montate.

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

## Compact store

Funzionale e pratico il Compact store di Kis nella versione riciclo permette di effettuare una corretta ed ordinata raccolta dei rifiuti riciclabili. Il doppio sistema di apertura dall'alto e di fronte permettono di inserire con facilità i sacchetti (120 litri), di raccogliere i rifiuti e di svuotarli con delle semplici clips.

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



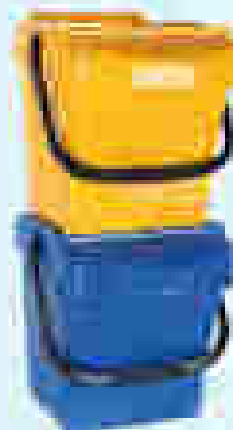
## Slim Jim

Bidone per raccolta differenziata con capacità 60 litri e dimensioni cm 58,7 x 27,9 x 63.

Resistente a urti e deformazioni, è disponibile con coperchi intercambiabili in 6

versioni: verde con 2 fori per bottiglie e lattine; giallo con impugnatura; blu con fessura per carta e cartone; nero incernierato con chiusura ermetica per rifiuti organici; nero con antine oscillanti e chiusura automatica.

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



## Urba Plus

È il contenitore della serie Urba che salva lo spazio in casa. Grazie alla forma innovativa è possibile collocare più contenitori nello spazio di uno solo, senza rinunciare alla praticità del conferimento. La particolare sagoma del corpo ed il coperchio a due ante permettono, anche da impilato, un'apertura per l'introduzione dei rifiuti. Urba Plus 30 ha un volume di litri 30 circa, Urba Plus 40, di 40.

[www.sartori-ambiente.com](http://www.sartori-ambiente.com)

## Pratico ed efficiente

Questo mobiletto di Mobil Plastic ha un'ottima fruibilità. È dotato di griglie di aerazione che hanno lo scopo di favorire la fermentazione dei residui organici e di smaltire l'odore sgradevole. I contenitori in plastica sono di grande capacità (20 lt.). I manici dei secchi sono prodotti in quattro differenti colori per permettere l'identificazione della destinazione dei rifiuti. L'apertura è salva-spazio. I piedi sono robusti.

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





bricolife.it

# Vuoi fare il brico? Chiama Bricolife.

**Fai grande il tuo negozio:  
Associati a Bricolife,  
per te competenze e condizioni  
commerciali migliori.**



***Il consorzio degli operatori indipendenti del fai da te***

presidenza@bricolife.it • Phone (+39) 070 520422 - 9090 • Fax (+39) 070 554456  
cocbologna@bricolife.it • Phone COC Bologna (+39) 051 780135 • Fax (+39) 051 6054292

**Grandi aspettative, grandi risultati.**

# App X Fun!

**Le app, un mondo di piccoli e micronici software che stanno dettando le leggi della vita. Alcune utilissime, alcune all'avanguardia, altre totalmente inutili... ma molto divertenti. Ecco una carrellata di applicazioni strane scovate sui diversi store per smartphone.**



#### **Will you marry me?**

Se prima erano solo gli amori a nascere in rete, con questa app anche il matrimonio si chiede online. E nella maniera più classica che ci sia. Sullo schermo appare una scatola di velluto rossa con dentro un anello e sotto la scritta sì o no da selezionare. I "forse" o i "non sono pronta" non sono contemplati.



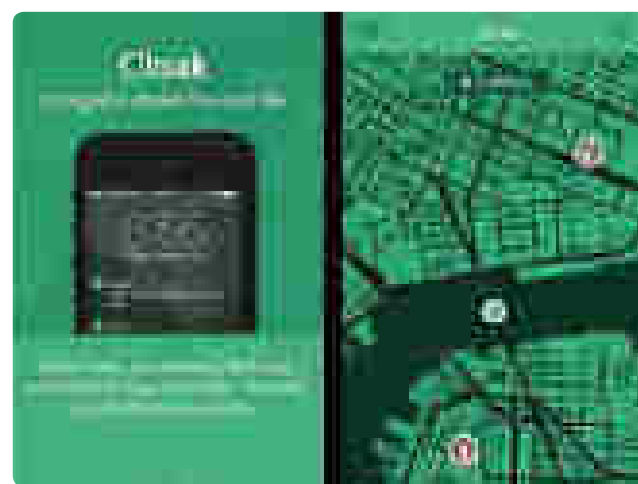
#### **iBeer, per quando hai sete**

Hai la gola secca? Fatti una birra dal tuo smartphone. iBeer è una app interattiva con cui "riempire" il tuo smartphone della bionda che preferisci, bere e fare la schiuma.



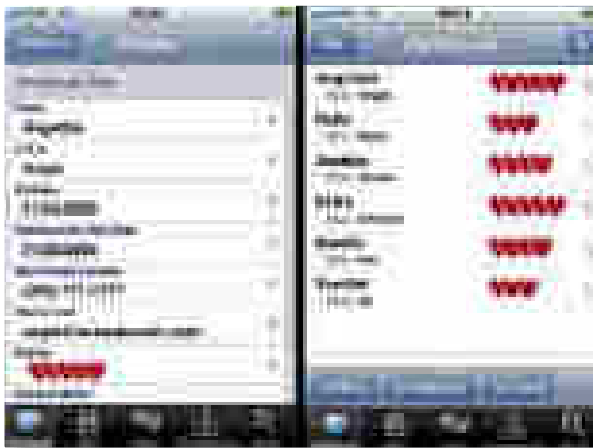
#### **iAugment, meglio del chirurgo plastico**

Questa app funziona come un simulatore per vedere come starebbe una donna con un seno più grande. Si scatta una foto e poi si provano varie misure di protesi proposte. È sicuramente meno invasiva e più divertente di una vera operazione chirurgica.



#### **Cloak, l'app asociale**

La prima app (gratuita) che ti aiuta ad evitare di incontrare le persone che non vuoi vedere, regalandoti l'invisibilità nella vita reale. Come funziona? Cloak si collega ai network di altre applicazioni social che utilizzano la geolocalizzazione, creando una mappa di localizzazione delle persone da evitare.



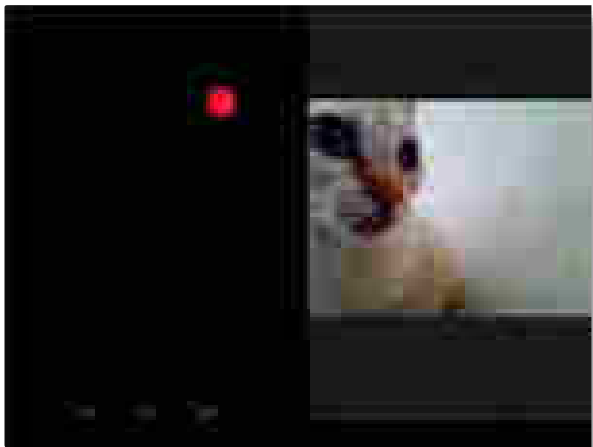
### Amazing Girlfriend Manager

L'app dedicata ai Fonzie di oggi. Permette di schedare le molteplici "fidanzate" con numero di telefono, date da ricordare e informazioni chiave, mentre il numero di cuori assegnati indica il grado di coinvolgimento amoroso.



### Dream:ON, l'app dei sogni

In grado di influenzare i tuoi sogni, aiutandoti a sognare quello che vuoi. Bisogna impostare la sveglia e il tipo di melodia che potrà condizionare i tuoi sogni. Durante la notte, l'app monitorizza le fasi del sonno, e quando sarai in quella REM partirà la melodia da te scelta, per amplificare il sogno sperato.



### Snapcat

Permette ai gatti di scattarsi foto da soli e poi condividerle sui social. Basta un semplice colpo di zampa e il selfie perfetto è fatto, con tanto di filtri e sticker.



### iSin Confess, l'app che ti confessa

Si scrivono tutti i peccati commessi, li si condivide anonimamente con altre persone e ci si libera dal senso di colpa. Contemporaneamente si possono vedere anche i peccati degli altri e giudicare se sono inappropriati. iSin è in inglese ed è gratuita.



### Buddhify, l'app per meditare

Regalati una pausa dallo stress con questa app che ti farà rilassare. In base a dove ti trovi e a quello che stai facendo, ti suggerirà un tipo di meditazione, che potrai anche salvare per le prossime volte.



### Ghost Detector

Con questa app, non ti sentirai mai solo. Ti permette, infatti, di sapere se intorno a te ci sono degli spiriti, se vogliono parlare con te e come decodificare i loro messaggi. Ghost Detector si presenta come un radar in grado di captare segnali.

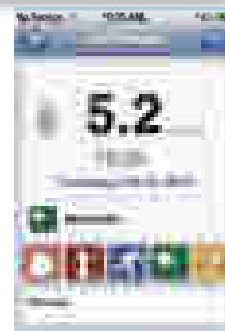
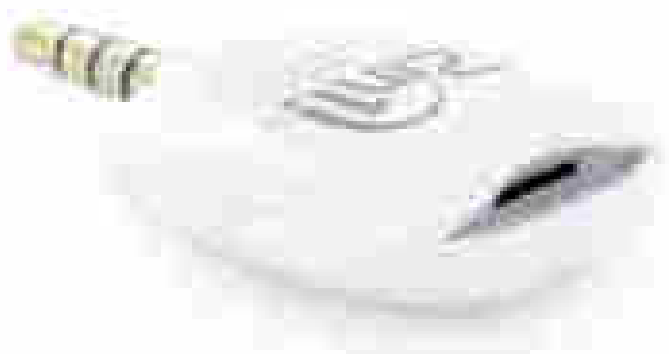
# Le novità hi-tech *in campo medico*

**La tecnologia è da sempre sinonimo di innovazioni quotidiane. In questo la medicina ha sempre avuto un ruolo di spicco grazie all'intensa ricerca e alla necessità di modernizzare sempre di più le cure.**

**L'autoprevenzione è diventata semplice e possibile grazie alla semplicità di utilizzo di tanti sistemi di misurazione, una volta considerati ad esclusivo utilizzo del medico.**

## Monitoraggio diabete: puoi farlo con uno smartphone

Ci sono cose che piano piano possono cambiare la nostra vita in modo molto diverso da quello che ci saremmo aspettati. Così uno smartphone può rendere molto più semplice la giornata di una persona affetta da diabete. Questa malattia in alcuni casi richiede infatti svariate analisi e controlli continui, costringendo alcune persone fino a sei controlli quotidiani. Questo dispositivo è in grado di fare queste analisi partendo da una semplice goccia di sangue e restituendo i valori della presenza di glucosio nel sangue più o meno immediatamente. Si chiama 2in1 Smart ed è sviluppato da un'azienda slovena, la VPD. Il congegno si collega allo smartphone tramite la presa dell'audio. Per un'analisi completa basta una goccia di sangue e i risultati sono quasi istantanei. Questi possono poi essere inviati tramite mail con eventuali annotazioni. L'app 2in1 Smart consente di archiviare ogni dato registrando le condizioni in cui questo è stato prodotto, per esempio prima di mangiare o dopo una corsa. L'app è anche in grado di raccogliere i nostri dati e monitorare l'andamento dei livelli di glucosio nel tempo, calcolandone la media.

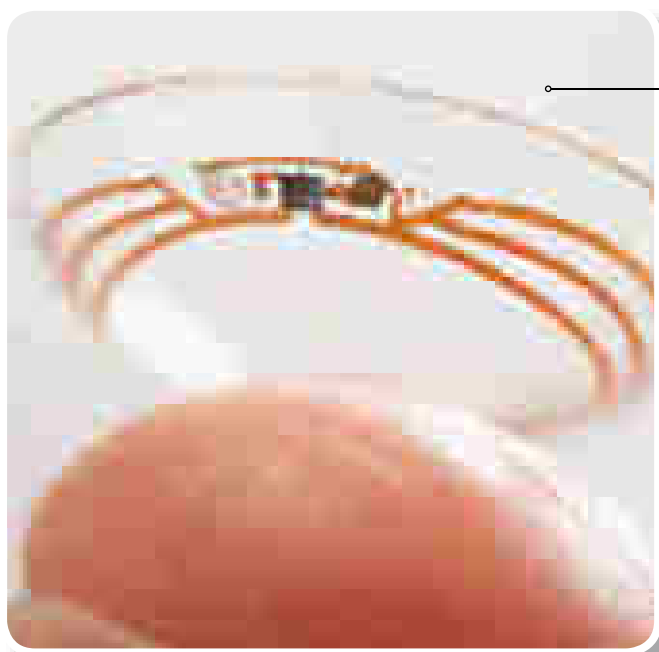
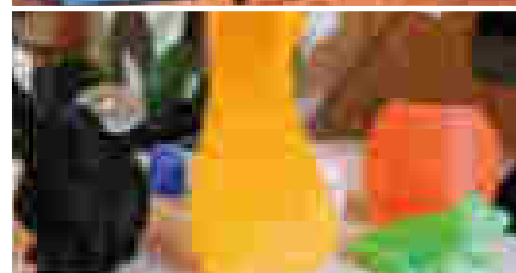
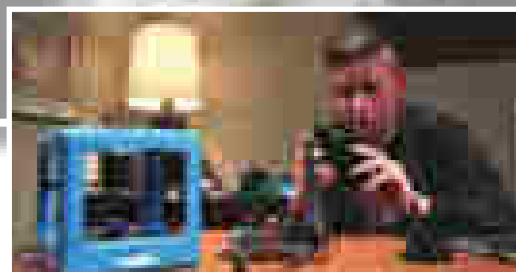


## Osteoid, il tutore da indossare al posto del gesso

Il gesso potrebbe essere soltanto un ricordo del passato, grazie a Deniz Karasahin che ha realizzato un tutore per sostituirlo: è stampato in 3D e s'indossa come un guanto. Fra i vincitori del A' Design Award 2013, il più grande concorso del settore, Osteoid è un presidio medico-chirurgico innovativo che può essere connesso a un dispositivo LIPUS a ultrasuoni per ridurre i tempi di recupero fino all'80%. È stata davvero un'ottima idea che trasforma l'ingessatura in un oggetto di design personalizzabile nella forma e nei colori.

Osteoid può cambiare la vita delle persone: portare il gesso – per quanto non sia fra le peggiori seccature – può essere invalidante, specie a scuola o al lavoro. Ridurre i tempi di guarigione e adottare dei presidi più leggeri è un'opportunità che innova le tecniche medicali. Certo, non è un oggetto da stampare in 3D da sé con una piccola stampante domestica (vedi foto) e perciò è necessario l'interesse delle multinazionali farmaceutiche perché abbia successo.

Karasahin è un designer d'origine turca, però anche gli italiani sono molto attivi nel settore: dbGLOVE – il guanto per aiutare la comunicazione coi sordo-ciechi – è un perfetto esempio d'innovazione della pratica medica, applicabile alla vita di tutti i giorni.



## Google, lenti a contatto: il brevetto con una telecamera per ciechi e ipovedenti

Google ha brevettato delle nuove lenti a contatto, che montano una minuscola telecamera: non è un'evoluzione dei Glass, ma un vero presidio, che dovrebbe aiutare ciechi e ipovedenti. Queste lenti non possono certo ridare la vista a chi purtroppo l'ha persa (o non l'ha mai avuta), però dovrebbero riuscire a migliorare le condizioni di vita di chi non può vedere ed è costretto ad affidarsi agli altri sensi per muoversi. In pratica, la microcamera è un sensore ausiliario. Il nuovo prototipo non è ancora stato ufficializzato da Google. Quello che è apparso sul web è un brevetto sottoposto all'approvazione delle autorità statunitensi: non è scontato che, un domani, le lenti a contatto riescano davvero a raggiungere i consumatori.

## Forno e frigo e decidono la dieta

LG inizia a sperimentare HomeChat, un sistema per la cosiddetta interattività delle cose, in Corea del Sud: annunciato al CES 2014 di Las Vegas – dove sono apparsi forno e frigo intelligenti – il progetto sarà esteso agli Stati Uniti prima d'arrivare in Europa. Sarà possibile chattare con gli elettrodomestici, usando un linguaggio naturale, per conoscere il contenuto della dispensa e ottenere una dieta personalizzata. Le telecamere e i sensori porteranno sullo smartphone le immagini della casa del futuro che dialoga con il consumatore.

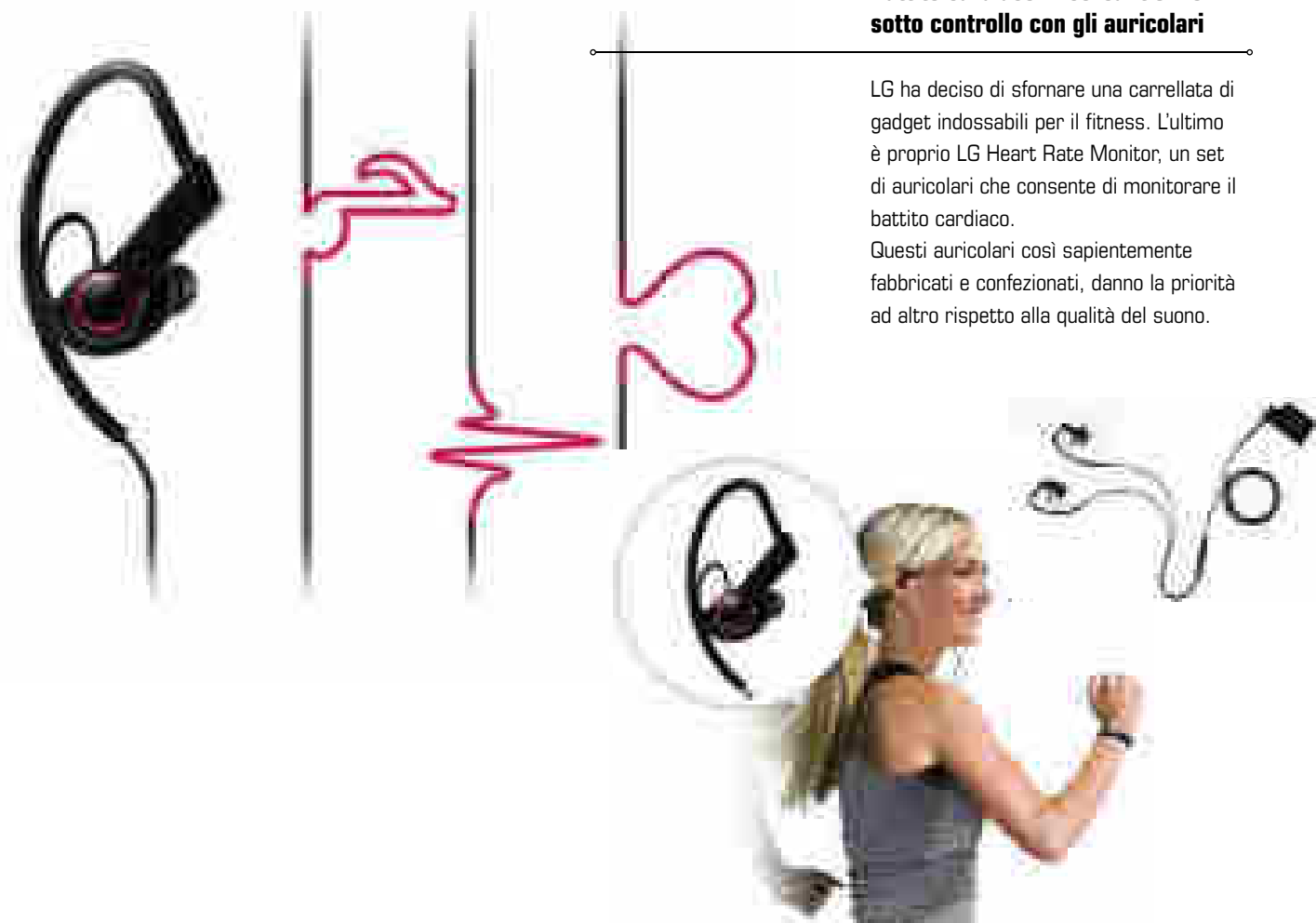
La domotica è uno dei temi che caratterizzeranno le prossime app per iPhone e Android: LG non è l'unica a sperimentare con gli elettrodomestici, lo fa anche Samsung. L'ultima novità in ordine di tempo riguardava gli Smart Bulb le lampadine da controllare con lo smartphone – sui quali sono attive entrambe le aziende sudcoreane. Il web è ovunque e l'interattività degli oggetti è l'obiettivo dichiarato delle due multinazionali per il 2014, nonostante le difficoltà a entrare da protagoniste sul mercato europeo.



## Battito cardiaco in corsa: tienilo sotto controllo con gli auricolari

LG ha deciso di sfornare una carrellata di gadget indossabili per il fitness. L'ultimo è proprio LG Heart Rate Monitor, un set di auricolari che consente di monitorare il battito cardiaco.

Questi auricolari così sapientemente fabbricati e confezionati, danno la priorità ad altro rispetto alla qualità del suono.



# Il sistema **combitech**<sup>®</sup> e **logika**<sup>®</sup>

**Ogni elemento è studiato per compenetrarsi con gli altri o sovrapporsi:  
Combinabile in modo flessibile**

La gamma base **combitech**<sup>®</sup> comprende profili di alluminio tradizionali nonché profili standard in plastica come tubi, angolari, tubi quadrati e molto altro ancora.

Le dimensioni dei pezzi sono studiate perché possano combinarsi perfettamente tra loro cosicché ogni elemento si compenetri e si sovrapponga agli altri.



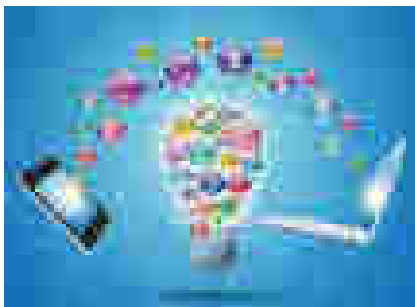
# SOFTWARE E SERVIZI PER LA FERRAMENTA



- 30%

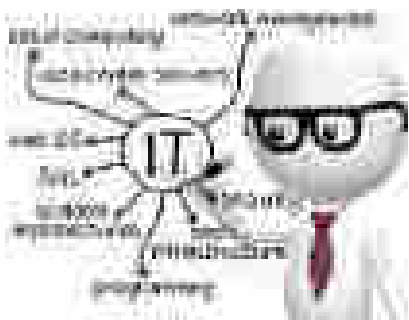
## Ottimizzare le scorte e migliorare il servizio

- Un sistema e metodo innovativo che riduce le tue scorte di magazzino di almeno il 30% generando "liquidità".
- Migliora il livello di servizio ai tuoi clienti, grazie a motori previsionali di vendita e calcoli avanzati.
- Si collega facilmente al tuo software ed è anche un modulo già collegato al nostro software per le ferramenta



## Aumentare le vendite comunicando ai tuoi clienti

- Sistema per inviare email-marketing, SMS, ai tuoi clienti in maniera semplice per incrementare le tue vendite
- Software per installatori / fabbri di serrature
- Gestione delle promozioni e/o fidelity card
- Con un click i tuoi prodotti e listini aggiornati sul sito IT



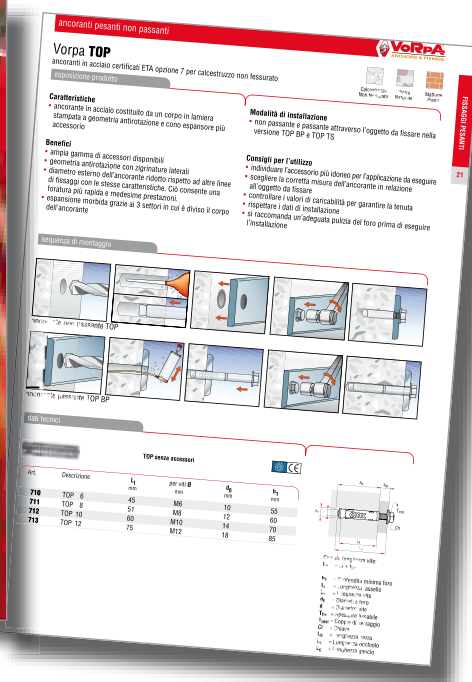
## Servizi al tuo negozio

- Supporto nella gestione Informatica e assistenza hardware del tuo negozio
- Formazione nella gestione ottimale del negozio / punto vendita
- Strumenti per tenere sotto controllo i costi e situazione economica e finanziaria del tuo negozio



# iProtagonisti • magazine di iFerr

## Nuovo Catalogo VORPA 2014



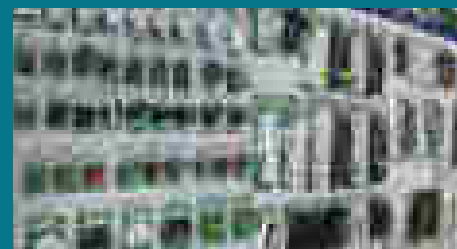
**V**orpa, azienda di progettazione e produzione di sistemi di fissaggio e ancoranti, presenta la nuova edizione del Catalogo Tecnico. In oltre 300 pagine è condensata la quarantennale esperienza dell'azienda. Suddiviso in 8 aree merceologiche risponde alle esigenze più specifiche del professionista come a quelle dell'hobbista fai dai te: ancoranti meccanici pesanti, ancoranti per ponteggi e impiantistica, ancoraggi chimici, fissaggi leggeri, fissaggi per materiali isolanti, collari e fissaggi per materiali idrotermosanitari, pun-

te professionali, mensole per ripiani-linea self service. La grafica è chiara e grazie alle numerose specifiche tecniche riportate, il catalogo diventa una guida utile, pratica e di veloce consultazione rivolta alla scelta del giusto fissaggio. In evidenza le novità nel campo dei sistemi di fissaggio professionali, frutto di un impegno aziendale che fa di Vorpa un punto di riferimento nel mercato. Il catalogo è disponibile in versione sfogliabile online e distribuito dagli agenti Vorpa ai clienti e a coloro che ne fanno richiesta tramite il sito. [www.vorpa.com](http://www.vorpa.com)

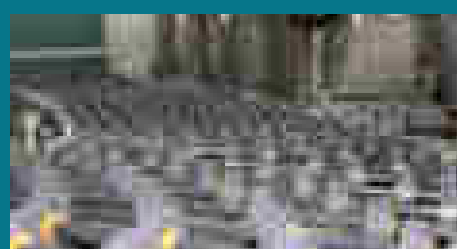
## SOMMARIO

**I protagonisti  
di questo numero:**

**pag. 88 - FANTON**



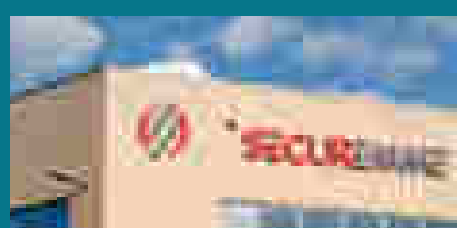
**pag. 90 - AMBRO-SOL**



**pag. 92 - INECO**



**pag. 94 - SECUREMME**





FANTON

# Innovazione

## *100% made in Italy*

**L'azienda nasce negli anni cinquanta, con la produzione di materiale elettrico. Alla terza generazione molte cose sono cambiate, ma è sempre rimasta la volontà di essere dinamici, propositivi e innovativi. Con una filosofia semplice e chiara: produrre oggetti utili, sicuri, di qualità.**

# È

una storia di successo quella di Fanton, e di imprenditorialità tutta italiana. Da tre generazioni i Fanton sono impegnati non solo nella compagine proprietaria ma anche nella gestione manageriale dell'operatività, con passione e metodo. Nata con la produzione di materiale elettrico civile, l'azienda innova e si evolve affiancando prodotti di ultimissima generazione, e nuove famiglie come i cavi speciali e prodotti per il cablaggio strutturato, diventando un punto di riferimento per il mercato nazionale ed internazionale. Fondamentale è la capacità di interpretare con tempestività le evoluzioni studiando le esigenze in modo innovativo. E la capacità innovativa di Fanton la dimostrano i numerosi brevetti, nazionali e internazionali e il **reparto ricerca e sviluppo**, cuore della capacità di elaborare e sviluppare

*“L'azienda presenta le multiprese Fido completamente rinnovate, con un nuovo design contemporaneo e soluzioni tecnologiche pratiche e funzionali”*



prodotti nuovi e funzionali. Fiore all'occhiello è il nuovo **magazzino automatico**, con una gestione tecnologicamente all'avanguardia di 40.000 mc, con oltre 9.000 posti pallets, che permette di **evadere con rapidità e precisione** gli ordini. Il cliente può contare in ogni momento su un servizio attento e puntuale.

## LA GAMMA

In Fanton c'è grande orgoglio nell'affermare che tutti i loro prodotti sono **studiati e realizzati in Italia**, una garanzia di qualità, serietà e stile. La gamma di materiale elettrico, **Fme by Fanton** come gli altri marchi dell'azienda, Ambra 90 (i cavi speciali) e FantoNet (cablaggio strutturato), rappresentano la volontà di Fanton di dare risposte specialistiche ad esigenze sempre più specifiche. La loro presenza sul territorio è supportata da una rete di agenti motivata e costantemente aggiornata. Attraverso il canale ferramenta viene distribuita principalmente la gamma di materiale elettrico frutto della cultura tecnica e produttiva acquisita in 60 anni di esperienza nella lavorazione delle materie plastiche. Si spazia dall'illuminotecnica ai quadri di distribuzione, prodotti che si distinguono per il design e per la grande **qualità italiana certificata**.

*“Fiore all'occhiello è il nuovo magazzino automatico, con una gestione tecnologicamente all'avanguardia di 40.000 mc, con oltre 9.000 posti pallets, che permette di evadere con rapidità e precisione gli ordini”*

## NOVITA' 2014

Le **multiprese Fido** sono un bestseller della produzione Fanton. Ora l'azienda le presenta **completamente rinnovate**, con un nuovo design brevettato e con nuove soluzioni tecnologiche. La linea è contemporanea e la **nuova tecnologia garantisce vantaggi pratici e funzionali**: il cavo orientabile riduce al minimo l'ingombro, le spine salvaspazio a 90° facilitano l'installazione anche in posti più stretti, i contatti nichelati assicurano una lunga durata nel tempo e inoltre sono disponibili anche con doppia uscita USB per ricaricare smartphone, tablet, iPad. Anche il **packaging cambia**, dal pratico flowpack appendibile nel quale è stata inserita una custodia che consente di **focalizzare subito i plus di prodotto**, al nuovo concetto di confezione **completamente riciclabile** per la raccolta differenziata.

Una grafica aggiornata che spiega esaurientemente tutti i benefici delle nuove Fido. Ma i vantaggi non finiscono qui. Il restyling delle famose multiprese viene supportato da una **promozione di lancio**: la **Fido StarteKIT**. Commenta Stefano Steccanella, responsabile commerciale canale grossisti ferramenta *“Alle rivendite è riservata un'operazione speciale che prevede un kit di prodotti selezionati all'interno della nuova gamma multiprese Fido. I prodotti sono accompagnati da materiali POP quali poster, volantini da banco ed etichette prezzo per aiutare il rivenditore nella proposta di questi nuovi articoli. I materiali presentano la nuova gamma, gli articoli in promozione e tutti i vantaggi prestazionali della nuova linea Fido, fiore all'occhiello del made in Italy by Fanton”* [www.fanton.com](http://www.fanton.com)



Primo Scarinzi



AMBRO-SOL

# Un futuro *di solide alleanze*

**Un'azienda dinamica e in espansione, tra le poche realtà italiane produttrici di spray tecnici e vernici spray. Con grandi obiettivi per il futuro che passano attraverso il rapporto di partnership con la distribuzione.**

**A**mbro-Sol, marchio dell'azienda Gnocchi Eco Spray, realizza una vasta gamma di prodotti chimici ed aerosol. Nata negli anni settanta diventa di proprietà della famiglia Ambrosini nel 1990 e inizia a produrre una piccola gamma di prodotti spray per diventare nel 2007 un'azienda specializzata nel settore dell'aerosol con un catalogo ampio e completo. L'azienda vanta oggi a Cignole in provincia di Brescia, una struttura produttiva all'avanguardia nel settore dell'aerosol europeo, sia in materia di tecnologia che in materia di sicurezza. Lubrificanti e protettivi, prodotti per la manutenzione, adesivi, prodotti per la pulizia, zincanti, vernici, prodotti per la cura dell'auto e prodotti per saldatura fanno parte della produzione di Ambro-Sol sul territorio nazionale. Abbiamo chiesto a Primo Scarinzi, direttore commerciale, di raccontarci la storia del successo di questo marchio.

**iFerr:** Scarinzi, ci racconti innanzi tutto quali sono i punti distintivi di Ambro-Sol

**P.S.:** Il poter parlare di Ambro-Sol, come di un'azienda dinamica e costantemente in espansione, tra le pochissime realtà italiane realmente produttrici di spray tecnici e vernici spray, ci rende particolarmente orgogliosi. Vantiamo una cartella colori veramente



completa e una gamma di prodotti tecnici altamente qualitativi sempre pronti a magazzino, per soddisfare le richieste del comparto professionale. Inoltre, grazie a un laboratorio specializzato preparato e creativo, e a un sistema produttivo all'avanguardia, siamo in grado di realizzare in tempi brevi nuovi prodotti richiesti dal mercato. La presenza commerciale è capillare, con 18 agenzie plurimandatari a copertura di tutto il territorio nazionale.

**iferr:** E come gamma, quali sono le novità del 2014?

**P.S.:** Innanzitutto il Supersbloccante Multifunzione XT10; prodotto di qualità superiore e altamente performante, come confermato dai nostri test di laboratorio. Questo spray tecnico, è destinato a diventare il primo *prodotto immagine* della nostra azienda e come tale sarà oggetto di tutte le attenzioni necessarie alla sua capillare divulgazione. Abbiamo poi lo Zinco Lamellare High Quality, tra i pochissimi protettivi a base di zinco puro al 98%, resistente a oltre 400 ore di nebbia salina. Altro punto di forza sono le vernici speciali, sia quelle micacee che quelle apposite per i cerchi in alluminio delle ruote. La loro elevata resistenza agli agenti atmosferici, va di pari passo alla gradevolezza estetica.

**iferr:** Quali sono i servizi che fornite al rivenditore?

*“Forniamo un efficiente servizio di consegna, 48/36 ore dal ricevimento dell'ordine, un supporto tecnico, commerciale e normativo e organizziamo con regolarità corsi riservati alla forza vendita dei nostri rivenditori”*

**P.S.:** Vendiamo i nostri prodotti attraverso i rivenditori professionali e specializzati dei canali ferramenta, utensileria, edilizia e forniamo loro un efficiente servizio di consegna, 48/36 ore dal ricevimento dell'ordine. Inoltre offriamo un supporto tecnico, commerciale e normativo alla clientela e organizziamo con regolarità corsi commerciali riservati alla forza vendita dei nostri rivenditori.

**iferr:** Quale è secondo lei il punto di forza della ferramenta al dettaglio rispetto alla grande distribuzione?

**P.S.:** La ferramenta al dettaglio potrà ricominciare a crescere e prosperare, se avrà la capacità di diventare punto di riferimento culturale, tecnico oltre che consulenziale per i propri clienti.

**iferr:** E per concludere, una sua previsione sul futuro dei vostri prodotti nel canale

**ferramenta?**

**P.S.:** Fino ad 18 mesi fa, la nostra azienda produceva 1,8 milioni di pezzi annui, con una macchina riempitrice. Entro il 2014 prevediamo di realizzarne 6 milioni (+233%). I tre obiettivi primari aziendali sono: divulgazione del marchio Ambro-Sol, in modo sistematico e capillare - creazione di un'immagine che ci identifichi come azienda che realizza prodotti altamente qualitativi ed attenta alle necessità dei propri clienti - raggiungimento di una quota di mercato coerente con la nostra importante struttura produttiva. E' nostra convinzione che tali obiettivi possano essere raggiunti, grazie ad una qualificata rete di vendita e ad un rapporto privilegiato di partnership e di solida alleanza con la distribuzione. Su questo concentreremo le nostre energie, nell'immediato futuro. [www.ambro-sol.it](http://www.ambro-sol.it)



INECO

# Qualità *a tempo di record*

**Un'azienda giovane e dinamica specializzata in  
strumenti di misura ed utensili per l'industria in grado  
di rispondere ad ogni esigenza, anche la più specifica.  
Con un servizio di consegna ad alta efficienza.**

INECO nasce nel 1998 a Calco in provincia di Lecco, ed è una importante realtà specializzata nella commercializzazione di utensili per l'industria e strumenti di misura. Opera sul mercato con un catalogo con più di 14.000 articoli ed è nata con lo scopo di servire le utensilerie e ferramenta specializzate. **La qualità dei prodotti e l'ottimo servizio di consegna** in tutta Italia fanno dell'azienda il partner ideale per lo specialista che desidera **affidabilità e precisione** nel proprio lavoro. Una rete vendita composta da circa 30 agenti copre capillarmente l'intero territorio nazionale. Corsi periodici di formazione permettono agli agenti di poter offrire **anche un ottimo servizio di consulenza tecnica**, in grado di soddisfare le richieste più specifiche.

## **LA GAMMA E LE SUE NOVITÀ**

Il catalogo copre una vasta gamma di prodotti utili a molti professionisti quali: strumenti

*“L'efficienza del personale che risponde al telefono permette ai clienti di soddisfare immediatamente le esigenze dell'utilizzatore finale, un vantaggio competitivo che viene riconosciuto all'azienda”.*



di misura, mandrini autocentranti, mandrini per trapani portatili ed a colonna, utensili per tornio, morse, strettoi, staffaggio, frese di tutti i tipi, maschi e filiere, punte di ottima qualità, spray tecnici, dischi abrasivi, fascette stringi tubo in nylon e completamente in acciaio inox, lame a nastro e circolari.

Molte le novità introdotte sul nuovo catalogo, presentato a luglio 2013, tra le quali: 7 linee di strettoi in acciaio di altissima qualità, i principali e più usati spray tecnici, fascette in nylon ed inox, dischi abrasivi e lamellari, **tutto 100% made in Italy.**

Ineco è un'azienda giovane e molto attiva che ha in programma un ulteriore sviluppo e lancio di nuove linee di prodotti.

## **I SUPPORTI ALLA DISTRIBUZIONE**

Uno dei punti di forza di Ineco, oltre all'ottimo rapporto qualità/prezzo, è il **servizio di consegna**: circa il 98% dei 14.000 articoli a catalogo è sempre disponibile a magazzino e gli ordini pervenuti nella mattinata vengono, nella maggior parte dei casi, spediti al cliente il pomeriggio stesso, tramite uno dei principali corrieri espressi. Altro servizio importante e fiore all'occhiello di Ineco è **l'efficienza del personale** che risponde al

*“IL 98% dei 14.000 articoli a catalogo è sempre disponibile a magazzino e gli ordini pervenuti nella mattinata vengono, nella maggior parte dei casi, spediti al cliente il pomeriggio stesso, tramite uno dei principali corrieri espressi”*

telefono: permette ai clienti di soddisfare immediatamente le esigenze dell'utilizzatore finale, un vantaggio competitivo che viene riconosciuto all'azienda. **Un servizio attento e puntuale è dedicato anche al punto vendita**, ogni volta che viene introdotto un prodotto nuovo, la rete vendita viene istruita su tutti gli aspetti tecnici e commerciali, in modo da poter promuovere gli articoli alla clientela. Due volte l'anno viene presentata al mercato una promozione a prezzi netti, dove sono presenti i prodotti di maggior interesse. E per la prima volta quest'anno, a maggio hanno partecipato ad una **“Open House”** promossa da un importante cliente di Roma: un'iniziativa di successo che verrà adottata nei futuri programmi e strategie di vendita di Ineco. **www.ineco.it**



Paola e Marco Malighetti con il padre Mario

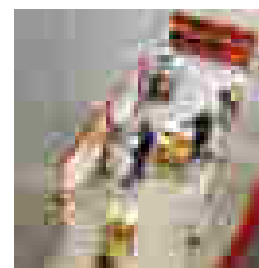
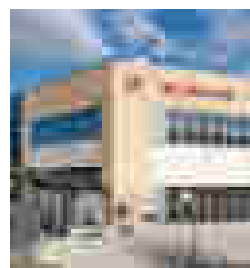
SECUREMME

# La ricerca della sicurezza

**Da quasi cinquant'anni nel mercato delle serrature di sicurezza, Securemme è diventata sinonimo di esperienza e innovazione. L'impegno a investire nella tecnologia e nelle risorse umane è uno dei suoi punti di forza.**

*"I Team Securemme sono punti vendita specializzati e selezionati a cui l'azienda fornisce corsi di aggiornamento tecnici, materiale per il punto vendita, dagli espositori alle brochure, e una area riservata sul sito"*

FILOSOFIA  
PHILOSOFY

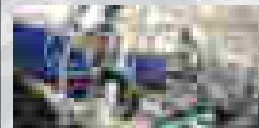
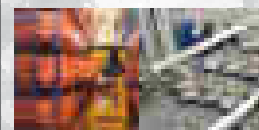


La grande esperienza e determinazione di Mario Malighetti lanciano la **SECUREMME** nel mercato della produzione di serrature di sicurezza ed accessori per porte.

Il grande impegno imprenditoriale, che coinvolge attualmente la seconda generazione della famiglia, è finalizzato a sviluppare prodotti "made in Italy" attraverso il potenziamento dei livelli di tutti i reparti produttivi, dalla **ricerca** e sviluppo di nuove tipologie di prodotto all'impiego di nuove **tecnologie** di produzione; dall'investimento nella **formazione** e specializzazione delle figure professionali, alla certificazione della **qualità** dei processi, dei prodotti e delle relazioni.

The great experience and determination of Mario Malighetti launch **SECUREMME** into the market of security locks and accessories for doors.

A commitment which is being carried on today by the second entrepreneurial generation of the family, the aim of which is the development of products "Made in Italy". The attainment of present purpose is based on the improvement of all production departments: **research** and development of new articles, use of vanguard **technologies** as well as **training** and specialisation of qualified staff, certification for **quality** of process, products and relations.



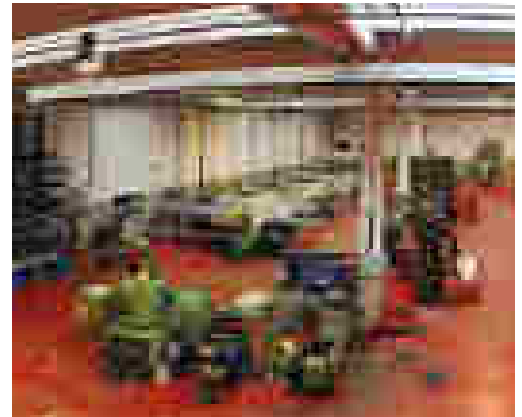
2

SECUREMME

**S**ecuremme, azienda specializzata nel mercato della produzione di serrature di sicurezza ed accessori per porte, nasce nel 1967 grazie all'esperienza e determinazione del suo fondatore, Paolo Malighetti. Oggi è una realtà riconosciuta non solo in Italia ma anche nel mondo, presente in Europa, Russia, Ucraina, paesi dell'Est, in Sud America e nei paesi emergenti come ad esempio la Turchia.

Il grande impegno imprenditoriale, che coinvolge attualmente la seconda generazione della famiglia, è finalizzato a sviluppare prodotti made in Italy, attraverso il potenziamento di tutti i reparti, dalla **ricerca** e sviluppo di nuove tipologie di prodotto all'impiego di nuove **tecnologie** di produzione; dall'investimento nella





**formazione** e specializzazione delle figure professionali, alla certificazione della **qualità** dei processi, dei prodotti e delle relazioni.

### LA GAMMA, TRA RICERCA E TECNOLOGIA

Esperienza, tecnologia e innovazione sono i punti chiave che definiscono Securemme, azienda certificata e specializzata nella produzione di serrature di sicurezza e di una serie completa di accessori per porte. La produzione comprende serrature da infilare, per persiane, grate, per serrande, per basculanti, per cassaforti, da applicare, per porte blindate e una serie completa di coordinati, accessori e ricambi per porte, quali spioncini, aste, deviatori, limitatori, protector, bocchette, maniglie, cilindri e lucchetti. Importanti le **novità per il 2014**, innanzi tutto le **Serrature Securmap** con brevetti contro la manipolazione **sia per porte blindate che per le serrande e garage con chiave a duplicazione protetta e il cilindro modulare K5**. Elf, l'evento internazionale per gli specialisti della sicurezza che si è tenuto a maggio a Firenze è stato un'importante occasione per presentare le innovazioni tecnologiche al mercato specializzato italiano e straniero. Sempre attenta alla qualità

*“Sempre attenta alla qualità dei suoi prodotti, Securemme opera con la precisa filosofia di mantenere il totale controllo della produzione, dalla progettazione alla realizzazione dei singoli componenti e al loro assemblaggio, ottenendo prodotti di eccellente manifattura completamente made in Italy”*

dei suoi prodotti, Securemme opera con la precisa filosofia di mantenere il totale controllo della produzione, dalla progettazione alla realizzazione dei singoli componenti e al loro assemblaggio, ottenendo prodotti di eccellente manifattura **completamente made in Italy**.

### LA DISTRIBUZIONE: TEAM SECUREMME

Securemme è presente su tutto il territorio italiano con una rete di agenti, costantemente aggiornati attraverso corsi di formazione sia commerciali che tecnici. Offrono un importante supporto alla ferramenta specializzata e alla rete dei **Team**

**Securemme**, i punti vendita selezionati e autorizzati dall'azienda per la duplicazione di chiavi originali e per tutte le richieste sulle serrature, accessori e ricambi Securemme. Una sorta di *paladini della sicurezza*, presenti su tutto il territorio nazionale. L'azienda fornisce loro **corsi di aggiornamento soprattutto su tematiche tecniche** e materiale per il punto vendita, dagli espositori alle brochure. Una area riservata sul sito consente al Team Securemme l'accesso a video esplicativi sull'utilizzo dei prodotti, schede tecniche e costanti aggiornamenti sulle novità dell'azienda.  
**www.securemme.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 - 2 dicembre -2014**

**iFerr** magazine  
magazine  
**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  
[giuseppe.ficarra@iferr.com](mailto:giuseppe.ficarra@iferr.com)

**Ufficio Commerciale**  
Giorgio Ronchi  
[giorgio.ronchi@iferr.com](mailto:giorgio.ronchi@iferr.com)

**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

# Per ogni grande mestiere, un grande contenitore!



Nuova gamma di contenitori portautensili in tessuto.



Tessuto ad alta  
resistenza



Leggeri



Vani  
portautensili



Tasche porta PC  
e documenti



Inquadra il codice QR o vai  
sul canale YouTube USAG per  
guardare il video dimostrativo



Part of Stanley Black & Decker, Inc.

[usag.it](http://usag.it)



# INCREDIBILE PROMOZIONE

## SU IDROPULITRICI E ASPIRATORI MULTIUSO KÄRCHER

RICEVI FINO A

**70** €

DI RIMBORSO  
DA KÄRCHER



### Il rimborso che fa la differenza

Kärcher ha preparato **promozioni cash-back** per i nuovi aspiratori multiuso e l'innovativa gamma di idropulitrici. Scopri come, dal 15 maggio al 15 luglio 2014, i consumatori potranno **ricevere da Kärcher fino a 70€ di rimborso**. Trovi il regolamento completo sul sito [www.kaercher.it](http://www.kaercher.it).

Le promozioni Kärcher fanno la differenza... e si vede!

 **KÄRCHER®**

makes a difference