



iFerr magazine

com'è fatto?

online.com N.15 / ANNO 2014

Pubblicazione mensile

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

Nasce

TEKNO  FIRE

prodotti per il riscaldamento

*l'anima calda
della vostra casa*



Milano
Since 1965

MA-FRA

linea tecnica

Made in Italy

SVITING 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.

Una sola batteria per una grande squadra

Gamma al litio



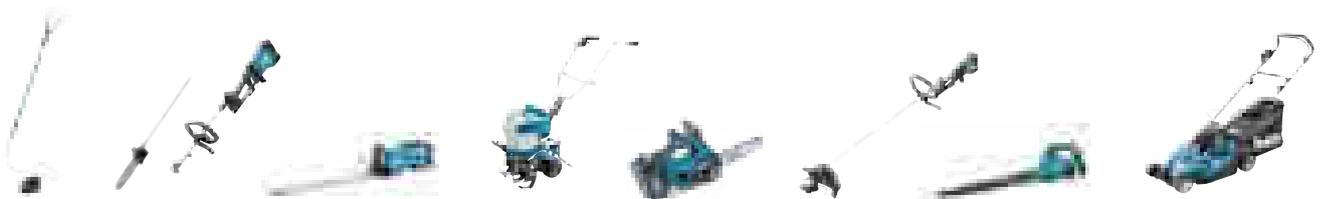
Makita
Garden



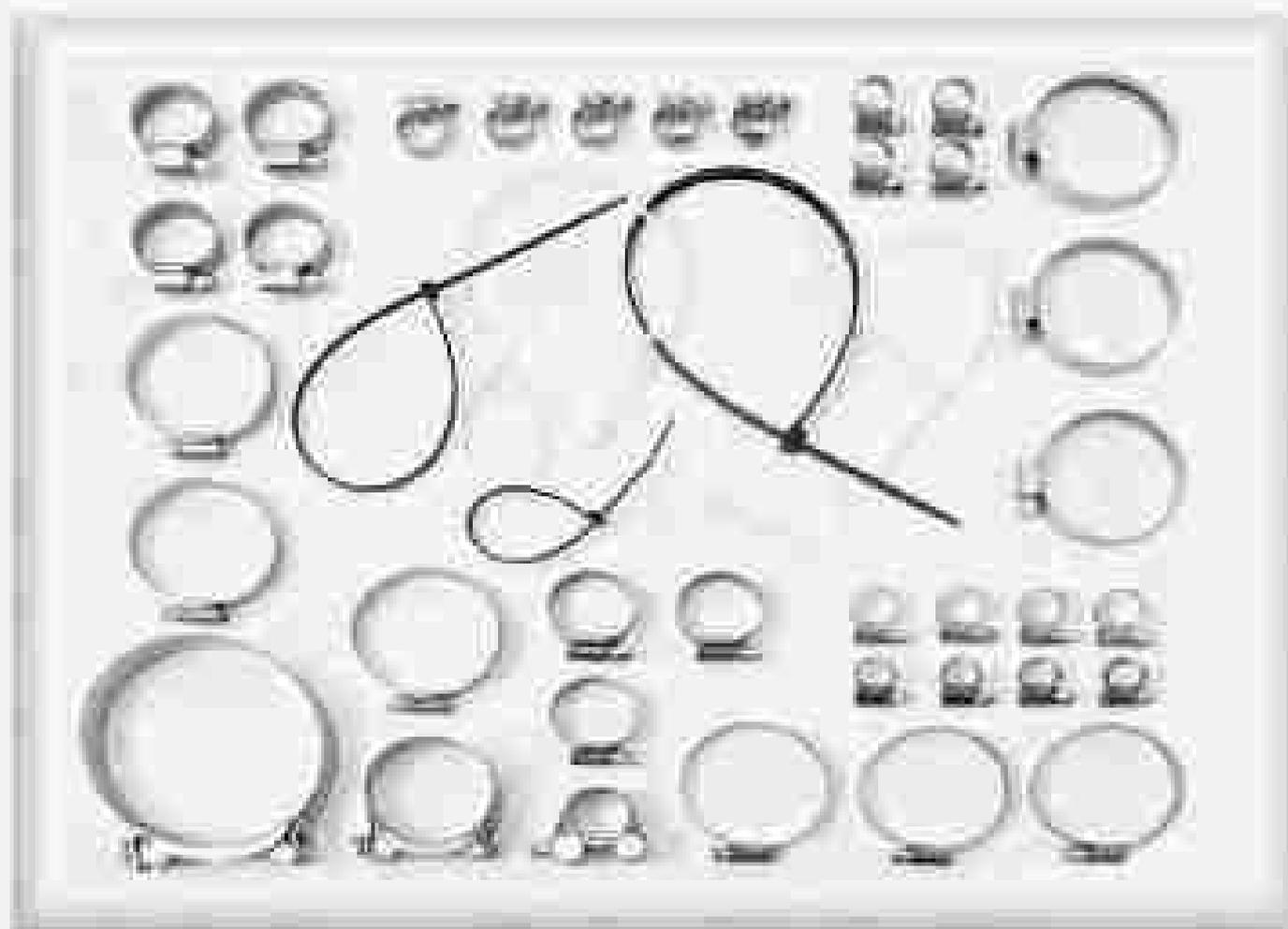
Si ringrazia la squadra Amc di Bergamo amante del calcio e del giardinaggio

Un intero sistema di lavoro

Potente, ecologico, silenzioso e versatile
Alimentato da un'unica batteria 36V Li-ion
Carica in soli 22 minuti



www.dolmar.it



Nuova linea FASCETTE STRINGITUBO 2013

JUMP IN BLUE

Richiedi subito la nostra gamma completa.

INECO - Industrial National Cutting Tools S.r.l.
Via M. Settembre, 171
21085 Calco (LC) Italy
Tel. +39 039 508028
Fax +39 039 5274381
E-mail: mecc@ineco.it



WWW.INECO.IT

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

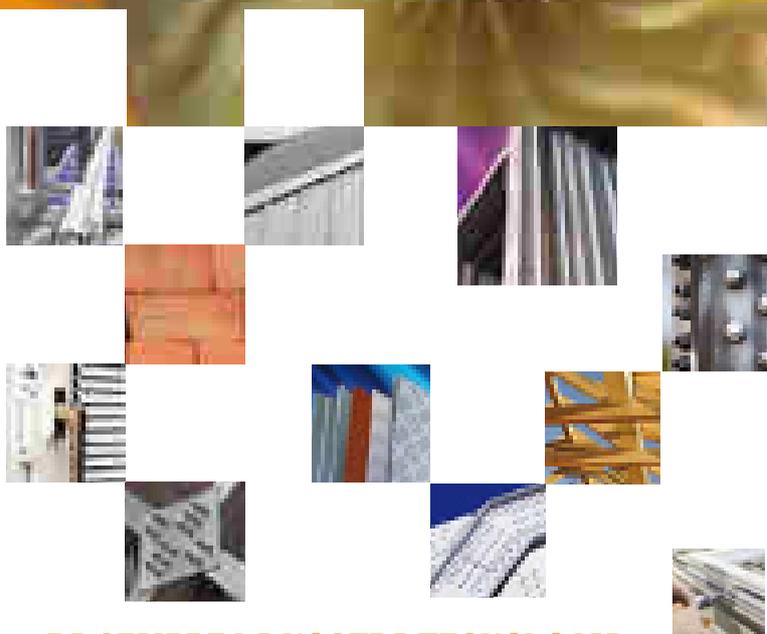
KRINO S.p.A. - Via Italia Unita, 21 - 23876 Monticello Brianza (LC) - Italy
Tel. 039 9230611 (Centralino) - Tel. 039 9230605 (Vendite Italia)
Fax 039 9208709 (Vendite Italia) - info@krino.it

KRINO[®]

CUTTING TOOLS ENGINEERING

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
- ▶ E 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

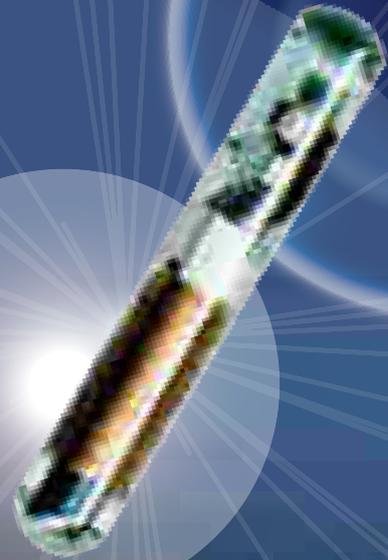
Tel. +39.0382.810280 - Fax +39.0382.810700

email info@ambrovit.it - www.ambrovit.it



AMBROVIT
BOLTS+SCREWS

TX5



TX1+TX2+TX4

Clonazione integrale in un solo chip dei
TEXAS® FIXED, TEXAS® CRYPTO e PHILIPS® CRYPTO

**ANCORA PIÙ SEMPLICE
CON 1 SOLA MACCHINA
E 1 SOLO CHIP.**

RISPARMIO IN COSTI DI MAGAZZINO

GLASS TAG

MASSIMA AFFIDABILITÀ
NELLA COPIA DI UN TRANSPONDER



TESTE ORIGINALI



- COPIABILE PIÙ VOLTE
- FUNZIONE SNIFF PER LA CATTURA DEI DATI PHILIPS®



*Aggiornare il software
(versione 3.35) ed il firmware
(versione 1.21) del LS8.
Clonabile solo con LS8.



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.

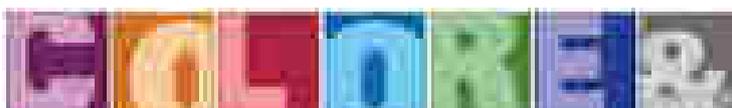
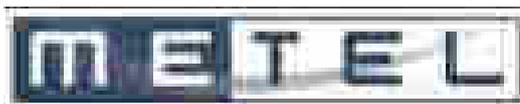
11.000 rivenditori al dettaglio in tutta Italia ricevono così **puntualmente** iFerr Magazine, perché segnalati direttamente dai loro **grossisti di fiducia** o grazie alla collaborazione con le **associazioni** istituzionali e professionali di riferimento

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



iPartner esclusivi di:

iFerr iFerr iFerr



iFerr magazine

online.com



in primo piano



in Primo piano



11 **iNews**

com'è fatto?

22 **16... fatto!**

Annovi Reverberi, storica azienda italiana di riferimento per il mercato delle idropultrici a uso hobbistico e professionale, ci ha aperto le porte dei suoi stabilimenti, per realizzare questo Come è fatto? e arrivare al vero cuore di questa macchina: la pompa.

iGiovani

30 **IVM**

Nicola Chiavenato: in ferramenta, senza preconcetti

Classe 1974, maturità scientifica e poi laurea magistrale in ingegneria gestionale, presso l'Università di Bologna. Dal 2000 è operativo nell'azienda di famiglia, ma la sua storia professionale segue un percorso interessante.

32 **Parmakey**

Luca Poletto: che bello, sporcarsi le mani!

Nasce nel 1981, ed esattamente 20 anni dopo, nel 2001, fa il suo ingresso (non proprio trionfale) nei magazzini dell'azienda di famiglia. Perché la gavetta è una cosa seria, e va fatta partendo da scatole scaffali e logistica operativa.

iCommerciali

34 **Christian Gazziero**

Ottimismo, e non mollare mai!

Giovane e dinamico 37enne, sembra non essere stato particolarmente colpito dalla crisi generale nelle vendite e condivide questo aspetto positivo con Alfer, Kimono e Knauf, aziende che con insolito entusiasmo rappresenta.

iN primo piano

36 **Mercato**

Parlare la stessa lingua, aiuta

Ecco i risultati dell'indagine che iFerr ha condotto per conto di Assofermet e PRiFerr durante l'evento Malfatti & Tacchini Next, a Paderno Dugnano, lo scorso 18 maggio. Oggetto del contendere: la dematerializzazione dei processi commerciali.

48 **Convention Elf 2014**

E se diventasse una biennale?

La convention Elf 2014 è stata un vero successo. E non lo dicono solo i numeri, che comunque son di tutto rispetto (oltre 1800 registrazioni di visitatori da tutta Europa e dal mondo), per una tre giorni di corsi tecnici, approfondimenti culturali e normativi, aggiornamenti e attività commerciali.

iRete

- 55 *Grossisti in rete*
Crede nel web!
 A Intempra, azienda specializzata nella costruzione di siti web altamente performanti, il compito di identificare i punti di miglioramento dei web nel mirino.

iPartner

- 58 *Studio Mario Silvano*
Volere, Pensare, Agire
 Superare i propri limiti è più facile, se si pensa positivo e si ragiona con un corretto ottimismo. Ma quando la stanchezza prende il sopravvento, non è facile trovare la forza per andare oltre. Il segreto per vincere la sfida? Cercare di concentrare i nostri pensieri sugli aspetti positivi delle situazioni.

- 62 *Building the future*
Email Marketing
 Strumenti e consigli per sviluppare il fatturato. Nel mondo della ferramenta, la comunicazione verso i clienti è ancora spesso sottovalutata o sottostimata.

Approfondimenti

- 68 *Stufe a pellet*
Riscaldiamo a pellet, limitiamo i danni!
 Inquinano decisamente poco, sotto tutti i punti di vista. Il loro prezzo è mediamente in aumento, ma consentono ancora un considerevole margine di risparmio rispetto ai tradizionali sistemi di riscaldamento. Sono le stufe a pellet, argomento della nostra indagine di questo mese.

iTech

- 80 **4x per la nuova Bmw**
 È il secondo incrocio tra SUV e coupé firmato Bmw, dunque un crossover nel vero senso della parola che fonde generi diversi e apparentemente inconciliabili, ma che in realtà ha originato un inedito concetto di auto sportiva, un nuovo paradigma di sport e utility.

iProtagonisti

- 87 Nuovo catalogo Ecef
- 88 *Bot Lighting*
Tecnologia per l'ambiente
 Innovazione e offerte personalizzate, le carte vincenti di Bot Lighting azienda di riferimento nel settore dell'illuminotecnica, da oltre trent'anni sul mercato.

- 90 *Cifo*
L'amore per il verde dà i suoi buoni frutti
 Dal 1965 Cifo è un indiscusso punto di riferimento per il mondo del giardinaggio e dell'agricoltura grazie alla capacità di offrire soluzioni per ogni esigenza e ad una distribuzione capillare sul territorio. Qualità, ambiente, sicurezza le sue parole d'ordine.

- 92 *Italfeltri*
Evolgere per semplificare
 Un'azienda che ha saputo mantenere ed incrementare le sue quote nel mercato grazie alla capacità di evolvere e al coraggio di affrontare nuove sfide.

- 94 *Elematic*
Ancorati al servizio
 Ricerca e sviluppo, test europei, siti produttivi a ciclo continuo, gamma completa, costante ricerca dell'innovazione, rapidità di consegna, consulenza continua, promozioni mirate.



LIMAR-STICK

SELF ADESIVE FOIL
collezione
2014



zanconi s.r.l.

Via Pergolesi scn - 62011 CINGOLI (MC) - tel. 0733.616256 - fax 0733.616803
e-mail: info@zanconi.it - www.zanconi.it

Terzo Compasso D'Oro ADI per BTicino



BTicino si è aggiudicata per la terza volta il prestigioso premio Compasso d'Oro ADI nella categoria Exhibition Design, per l'installazione "Slim and White Axolute Code", progetto Migliore+Servetto Architetti Associati. Il Compasso d'Oro viene assegnato ogni tre anni da una giuria internazionale indipendente, a progetti, eventi, pubblicazioni, servizi segnalati dall'Osservatorio Permanente del Design e pubblicati nelle edizioni dell'ADI Design Index del triennio precedente. L'installazione nata in occasione della presentazione di due varianti della linea Axolute, invitava il visitatore alla scoperta dei nuovi concept di prodotto: il monocromatismo del bianco e il sottile. Già insignita del Compasso d'Oro ADI, per la serie Living e il sistema integrato MyHome, BTicino si conferma ancora una volta un'azienda in grado di offrire innovative soluzioni tecnologiche, funzionali e di design. www.bticino.it

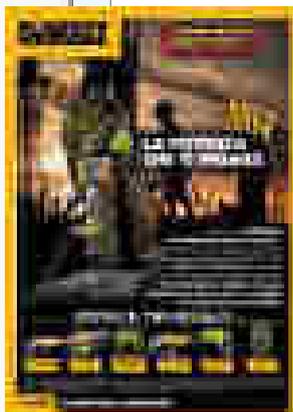


Affidabilità e performance



Amarchio Tech Way di Digi level arrivano le nuove livelle digitali, strumenti di misura molto versatili per l'assoluta affidabilità, la rapidità di misurazione, la semplice diletatura, la memorizzazione della misura e i rilievi personalizzati. Digi Level utilizza la tecnologia MEMs (con micro chip elettromeccanici) di alta precisione che aggiunge ai normali utilizzi di una tradizionale livella, la funzione di inclinometro per la misurazione di angoli e piani inclinati. Sono strumenti Ideali per l'edilizia per l'allineamento ed il controllo di superfici piane o la misurazione di inclinazioni e pendenze, per l'industria per il montaggio ed il livellamento di macchine di precisione, e in generale per tutti i settori in cui si usano le livelle tradizionali ma con necessità di maggiori rilievi. Sono distribuiti da Ullmann di Genova. www.ullmann.it

La potenza premia



Acquisti un martello elettropneumatico DeWalt in promozione e ricevi un utile regalo. Si chiama "La potenza che ti premia" e si può partecipare fino al 31 agosto. I martelli Demo-perforatori e Demolitori DeWalt, sono efficaci e performanti sia nelle applicazioni di foratura che in quelle di demolizione. Studiati per salvaguardare la salute e la sicurezza dell'utilizzatore, dura-

no nel tempo mantenendo standard di qualità elevati. I regali che si possono ricevere direttamente a casa sono: una smerigliatrice, una levigatrice orbitale, una radio compatta AM/FM, una smerigliatrice angolare, un avvitatore compatto giroscopico, un misuratore laser di distanze. Tutto su www.dewalt.it

Anti graffio



Due nuove soluzioni per rimuovere i graffi dalla carrozzeria: Quixx X-Press e Quixx Penna. Le presenta Lampa in esclusiva per l'Italia. La prima è una pasta speciale che grazie ad una formulazione ricca di micro-particelle, permette di rimuovere graffi di media e lieve entità in modo rapido ed efficace. Quixx Penna è invece una vernice liquida trasparente che, penetrando

in profondità ed amalgamandosi armoniosamente con l'originale, permette di riparare anche i graffi più profondi. www.lampa.it

Grill Academy



Milano, Vicenza e Torino sono le prime tre location prescelte da Weber-Stephen, azienda di riferimento nel mondo del barbecue, per Grill Academy, nata per diffondere la cultura della cucina alla griglia attraverso corsi ed eventi. Coordinata dallo chef e grill master di Weber Gianfranco Lo Cascio, la Grill Academy di Weber si trasforma da itinerante a realtà stabile ubicata presso sedi qualificate dove propone eventi, attività e corsi per migliorare le abilità al barbecue degli iscritti. Tre i principali format di insegnamento: per neofiti, per più esperti e corsi di cucina su misura, a richiesta, oltre a utilizzare la Grill Academy per iniziative aziendali di team building e formazione. Un mondo, quello di Weber, che si apre ai potenziali fruitori con semplicità e trasparenza per comunicare in modo concreto e organizzato le ragioni che stanno alla base della passione per il barbecue.

www.grillacademy.it
e www.weberstephen.it

Un ambiente confortevole



Olimpia Splendid presenta il nuovo termoventilatore ceramico Radical Twin, modello che va ad ampliare la gamma Radical. Grazie all'elevata

integrazione tra sviluppo ingegneristico e di design, il nuovo Radical Twin è un termoventilatore ceramico estremamente versatile. Può essere installato a parete o posizionato sul pavimento o sulla scrivania. Direzioneando il flap, la diffusione dell'aria risulta perfetta per qualsiasi esigenza. Compatto, dal design trapezoidale Radical Twin ha una potenza massima tra le più elevate della categoria (2000 W). L'elemento riscaldante in materiale ceramico modula l'emissione di calore a seconda della temperatura, garantendo elevati livelli di sicurezza, mentre la funzione Eco regola la potenza assorbita dall'apparecchio secondo la temperatura impostata, riducendo i consumi.

www.olimpiasplendid.it

Gewiss premia 100 studenti

“Un progetto di classe” è il concorso ideato da Gewiss Professional rivolto a tutti gli istituti di istruzione secondaria. Il vincitore dell'edizione 2013/2014 del concorso è stato l'ISIS Zanussi di Pordenone seguito dagli istituti ENGIM Lombardia di Brembate Sopra - BG, e ISS di Cairo Montenotte -

SV. Obiettivo del concorso, cui hanno aderito oltre 100 istituti di istruzione secondaria e oltre 2.000 studenti provenienti da tutto il territorio nazionale, la progettazione elettrica e illumino-

tecnica di un villaggio turistico. Studenti e docenti hanno dovuto realizzare schemi elettrici, redigere preventivi, dimensionare impianti di illuminazione, configurare quadri elettrici, compilare dichiarazioni di conformità e definire la documentazione completa da allegare al progetto. Le classi vincitrici del concorso si sono aggiudicate materiali didattici utili ad approfondire alcune tematiche inerenti il mondo elettrotecnico: domotica, illuminazione e normative di settore. www.gewiss.com

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

F a s t e n e r s & T o o l s

rivetti - bulloni a strappo - ribattenti - ocochelli - inseriti - dadi in gabbia - piastrine - elicoici - autoaggancianti - perni a saldare - dadi e viti a proiezione - viteria in plastica inox e ferro - chiusure - rivettatrici - tirainseriti - tirainseriti - macchine

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



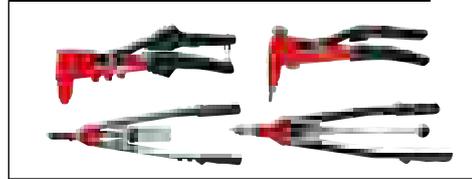
Per inserti M3-M8

RIV750-760 12V



Per rivetti Ø 5.0

RIVETTATRICI E TIRAINSERITI MANUALI



P150113



Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

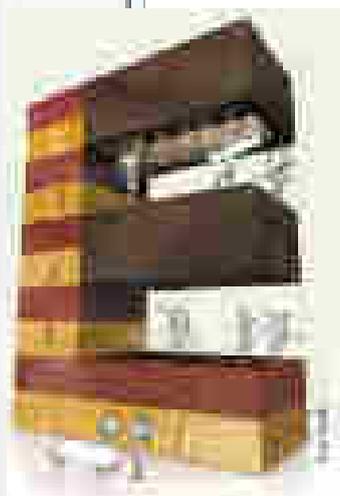
1973 2013



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

Legno&Edilizia

Dal 19 al 22 febbraio 2015 si terrà Legno&Edilizia, mostra internazionale sull'impiego del legno per le costruzioni edili. 15.000 metri quadrati di superficie espositiva dedicati a industrie e artigiani, un prezioso punto d'incontro con le



offerte della produzione internazionale, utile a programmare gli acquisti di nuove tecnologie di lavorazione, di prodotti e sistemi. Il legno nell'edilizia, anche grazie allo sviluppo delle case ecologiche e delle scelte di risparmio energetico, è sempre più presente nelle costruzioni italiane; e a Veronafiere gli operatori professionali troveranno un'esposizione

interamente dedicata a questo particolare comparto, da sempre molto florido nel nord Europa e nell'America del nord. A loro volta gli espositori sanno di trovare a Verona numerosi e attenti compratori: 20.000 i visitatori professionali presenti nell'edizione del 2013. www.legnoeedilizia.com

Espositore versatile

Il gruppo Niada presenta l'espositore da banco Niboll in 3 formati, grande Ø 25 cm – medio e mini Ø 19 cm. La flessibilità è uno dei suoi punti di forza. Posizionato in avancassa, mostrato in vetrina oppure utilizzato come unità di vendita, induce il cliente a prelevare il prodotto, grazie all'ampia fessura circolare che ne facilita l'operazione, mentre l'elevata trasparenza favorisce la visibilità del prodotto al suo interno. È di ottima qualità, riutilizzabile e prodotto con materiale atossico. E' corredato di un collarino di cartoncino a marchio del cliente, si assembla con un gesto ed è disponibile in colori a scelta del cliente, in pronta consegna. www.niada.it – www.niboll.it



Now How, il portale dedicato alla sostenibilità

NOW HOW

Nasce Now How (www.nowhow.it), il portale tematico dedicato ai principali temi dello sviluppo sostenibile: acqua, rifiuti, energia, bonifiche, infrastrutture, salute e sicurezza, formazione. Lo presenta MWH storica società multinazionale di ingegneria e consulenza multidisciplinare, attiva nel campo dell'energia, dell'acqua, delle infrastrutture innovative e della gestione e conservazione di risorse naturali. Now How si pone come uno spazio di riflessione, di confronto e di aggiornamento intorno al presente del pianeta e alle strategie per affrontare il futuro, concentrandosi sul territorio, risorse naturali e sostenibilità. La piattaforma darà spazio a persone, idee, progetti, problemi, soluzioni e innovazioni, raccontando storie sempre in maniera diretta con immagini e grafica moderna e un linguaggio semplice e divulgativo. Now How sarà presente sui social network Facebook e Google+.

www.nowhow.it

Nuova energia alle promesse del ciclismo



Nasce la partnership tra Varta Consumer Batteries e GB Junior Team, squadra ciclistica della categoria Juniores guidata dall'ex professionista Gianluca Bortolami. L'azienda, specialista nelle batterie monouso e ricaricabili ad alte prestazioni, nelle torce e nei battery charger per

uso domestico e professionale punta sui giovani, le nuove energie del futuro. Commenta Fabio Peron General Manager Italy di Varta Consumer Batteries "Questa nuova partnership si inserisce all'interno di un progetto il cui scopo è dare importanza ai giovani da sempre attenti alle nuove tecnologie. Da qui, la decisione di puntare su un team pieno di talenti e promettente come quello del GB Junior Team. I nostri prodotti, primo tra tutti il set LED Bike Light, si sposano perfettamente con questo nuovo progetto. VartaA è l'energia giusta anche nello sport." www.varta.it

Le cupole in legno più grandi d'Europa

Enel ha assegnato a Rubner Holzbau, azienda di riferimento europea nel settore delle costruzioni in legno lamellare dalle caratteristiche innovative, la messa in opera delle cupole in legno più grandi d'Europa dal diametro di ben 143 metri della centrale Enel Federico II di Brindisi. Un'altra grande sfida per l'azienda altoatesina del Gruppo Rubner, rinomata a livello europeo nel settore dell'edilizia pubblica e residenziale in legno, che ha convinto i decisori di Enel in merito alle ottime performance del legno lamellare, uno dei materiali più innovativi per la realizzazione di grandi progetti edili, e sull'ineguagliabile flessibilità delle tecnologie applicate in questo settore in grado soddisfare le più ardite idee architettoniche.

www.rubner.com



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 rappresentate 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.

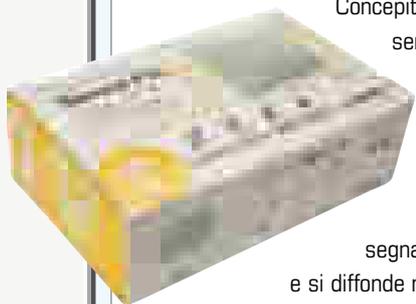
Siamo certi che queste caratteristiche siano decisive per instaurare una collaborazione commerciale duratura nel tempo, per essere al vostro servizio per ogni esigenza.

Non esitate a contattarci:
cell 335 6943334
mail benedetto@colvin.it



Viva la semplicità

Grazie al nuovo Comando Radiofrequenza di Vimar, aggiungere nuovi punti luce al proprio impianto elettrico è facile e veloce. Sviluppato per rispondere alle crescenti richieste di praticità e libertà di installazione, questo articolo si distingue per la sua versatilità, può essere collocato praticamente ovunque anche su superfici come vetro o legno. Non necessita di scatole da incasso e di conseguenza la sua installazione non comporta opere murarie e ritinteggiatura delle pareti.



Concepito con una tecnologia semplice e intuitiva, si installa con facilità, non necessita di fili, ed è attivo appena installato: la trasmissione del segnale avviene via radio e si diffonde nell'impianto elettrico attraverso l'attuatore, senza necessità di collegamenti via cavo. Come tutti i prodotti Vimar, anche il comando radiofrequenza è coperto da 3 anni di garanzia. www.vimar.com

La cura del legno

Fra-ber, azienda di riferimento per la detergenza presenta un prodotto specifico per il legno con cera a forte penetrazione, particolarmente adatto alle superfici in teak. Si chiama Dory e può essere utilizzato puro per lavaggi straordinari. Garantisce pulizia profonda ed una rigenerazione di tutte le parti in teak perché solleva e dissolve lo sporco. Diluito è perfetto per manutenzioni frequenti. Può diventare un ottimo prodotto di uso quotidiano adatto a pulire ogni superficie in legno, sigillandone le venature aperte e facendone risaltare la bellezza originale. www.fra-ber.it



Benessere e risparmio



Villeroy & Boch introduce una nuova generazione di minipiscine, con una tecnologia innovativa, un nuovo design e caratteristiche inedite, oltre alla qualità testata e provata Villeroy & Boch. La gamma di minipiscine Villeroy & Boch si compone di 3 linee con una vasta proposta di forme e misure: Premium Line (con 7 modelli), Comfort Line (con 4 modelli) e SportX (con 4 modelli). Rispettose dell'ambiente, energeticamente efficienti sono tra le più economiche attualmente sul mercato. Inoltre grazie alla nuova generazione tecnologica JetPak II caratterizzata dall'assenza di tubi esterni alle unità, viene ottimizzato il risparmio energetico e la dispersione del calore.

www.villeroy-boch.it

Lanterna Led

I designer Clarissa Dorn e Roel Haagmans hanno realizzato una lussuosa lanterna ricaricabile, in cristallo Windfall nella cui forma, slanciata ed elegante, si nasconde una lampadina Led di ultimissima generazione. Pensata e creata sia per ambienti interni sia per esterni, Jack è dotata di una comoda maniglia che permette di appenderla a una parete o a un soffitto. Dalla forma maneggevole, può essere caricata tramite USB come un telefono cellulare e la batteria dura 7 ore. Dimensioni: diametro 12 cm, altezza 32 cm.

www.windfall.gmbh.com



Diventerà il nuovo codice a barre?



Da una ricerca di Francesco Camagni, direttore commerciale di Partner Data, scopriamo che RFID (Radio Frequency Identification) è una tecnologia nata durante la seconda guerra

mondiale, dettata dalla necessità di distinguere gli aerei alleati da quelli nemici. Oggi il campo dell'identificazione a radio frequenza è uno dei più fertili terreni di ricerca e innovazione al servizio di un numero sempre crescente di potenziali fruitori. Secondo una ricerca realizzata dalla società IDTechEx, infatti, il mercato globale dell'RFID valeva 6,98 miliardi di dollari nel 2012 e nel 2014 è già salito a

9,2 miliardi. I campi di applicazione della tecnologia RFID sono molteplici e spaziano da quelli più diffusi come il controllo delle presenze e accessi, la logistica di magazzino e trasporti, la bigliettazione, a quelli più all'avanguardia come il monitoraggio dei rifiuti e la rilevazione dei parametri ambientali. Punto di forza della tecnologia RFID è che indipendentemente dal punto della filiera in cui viene implementata, riesce a portare giovamento sia a monte che a valle. Un esempio, RFID permette di fare un inventario più velocemente e con meno errori, una gestione puntuale degli out of stock, lo snellimento delle code alle casse e l'aumento della redditività. Stabilire con precisione quale sarà il futuro dell'RFID è difficile proprio perché si tratta di un settore in continua evoluzione e perché l'RFID non ha ancora sprigionato tutte le sue grandi potenzialità applicative.

www.partnerdata.it

Un terrazzo con un click

È partita l'operazione #BalconyExpress, ideata da Leroy Merlin e permette di ricevere diretta-

mente a domicilio un terrazzo pronto per l'uso. Un camion, con un terrazzo completo, si aggira per la città di Milano, fermandosi sotto le case del centro per aggiungere un terrazzo perfettamente allestito dove prima

c'era solo una finestra. I terrazzi sono arredati con i prodotti Leroy Merlin. Con questa idea creativa l'azienda promuove il nuovo servizio di e-commerce che permette a tutti di ricevere direttamente a domicilio le migliaia di prodotti presenti sul sito e di rinnovare gli spazi della propria casa con un click.

www.leroymerlin.it



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

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



info@fumasi.it - www.fumasi.it
Tel. +39 0341 818000 - 818083

Soluzioni innovative da Gardena

Arriva l'estate e il verde ha bisogno di una attenzione particolare. Ecco che Gardena, azienda di riferimento per i prodotti per il giardinaggio, amplia la propria gamma di tubi da giardino con quattro nuovi modelli innovativi e di design. Gardena Classic, Comfort FLEX, Comfort HighFLEX e Premium SuperFLEX sono muniti di maglia a spirale, che si distingue per la grande resistenza alla pressione e per la capacità di mantenere la forma, grazie al rinforzo in carbonio (escluso il modello Classic). La maglia a spirale, inoltre, rende il tubo flessibile e facile da maneggiare: il tubo non si piega, non si attorciglia, non si deforma e si riavvolge senza problemi. www.gardena.com



Successo al terzo forum Europeo Home Improvement



Grande successo di presenze per terzo Forum Europeo Home Improvement organizzato da Edra (European DIY-Retail Association) e fedyma (European Federation of DIY Manufacturers) che si è tenuto a Madrid il 5 e 6 giugno. Più di 600 delegati, oltre 140 i rappresentanti delle più importanti catene internazionali della distribuzione di tutto il mondo e i più rappresentativi produttori hanno partecipato all'importante evento dedicato al bricolage e al giardinaggio. Un confronto ricco e costruttivo sul Mobile Commerce che attraverso internet, social media e tecnologia mobile sta rivoluzionando il commercio tradizionale nel mondo brico-home-garden.

www.edra-online.com – www.fedyma.com

Dlgs efficienza energetica, bozza tra plausi e critiche

Pareri discordanti ha ricevuto la pubblicazione della bozza del dlgs efficienza energetica, il provvedimento che recepisce la nuova direttiva comunitaria in tema di gestione razionale dell'energia. Plausi da chi considera il futuro dell'energia proprio nel risparmio energetico. Lo schema di decreto legislativo sull'efficienza energetica varato il 21 maggio in Consiglio dei Ministri mette a disposizione per i prossimi sette anni circa 800 milioni per promuovere l'efficienza energetica ed è visto come buon inizio su cui, però, si può ancora lavorare, soprattutto se si considera che nei fondi strutturali europei 2014/2020 sono previste risorse ancora più ingenti. Più critico è invece il Coordinamento Free, che denuncia la presenza nel testo dello schema di decreto legislativo due commi "non pertinenti". In realtà, i tratti evidenziati dall'associazione non solo non avrebbero nulla a che vedere con l'oggetto del provvedimento, ma addirittura chiederebbero una modifica di due elementi clou dell'attuale normativa per il mercato elettrico: il meccanismo con il quale si forma il prezzo all'ingrosso del kWh e la tariffa per i consumatori tutelati. www.tecnologia-ambiente.it





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!

Teknofire, prodotti per il riscaldamento



È nato un nuovo marchio nel mercato delle stufe alimentate a combustibile rinnovabile. Un nuovo punto di riferimento commerciale, che può contare sulla tecnologia e il know how tutti italiani di OMI, azienda che da dieci anni progetta e produce direttamente, presso le sedi in provincia di Chieti.

OMI, nelle sue sedi operative di Atessa (Chieti), si dedica da oltre 10 anni alla progettazione e produzione di prodotti tutti italiani. Con una particolare attenzione alla loro qualità e al loro posizionamento di mercato

MADE IN ITALY AL 100%

Dotata delle più importanti tecnologie costruttive,



si vanta di avere all'interno della propria struttura il ciclo produttivo completo: progettazione - prototipazione - lavorazione dei metalli - realizzazione stampi - verniciatura - assemblaggio.

Negli ultimi anni ha realizzato, grazie alla preziosa collaborazione dello staff di progettisti e tecnici altamente specializzati, una serie di prodotti per il riscaldamento a pellet e legna.

Oggi, per il mercato italiano ed europeo nasce Teknofire, brand dedicato a prodotti estremamente innovativi ed unici per il riscaldamento.

La particolare concezione dei prodotti, rende decisamente interessante la loro distribuzione nel canale del grossista specializzato del mondo ferramenta, per diversificarsi dalla concorrenza e trovare nuovi spazi anche nel posizionamento di mercato.

Il servizio post vendita è garantito da una centrale operativa che coordina la rete di assistenza su tutto il territorio Italiano, oltre a monitorare tutte le fasi dalla chiamata alla chiusura del report.

Nelle prossime uscite di iFerr magazine, una serie di articoli dedicati alle nuove proposte Teknofire.

Dida: Tecnofan fancoil ventilato a pellet per riscaldare ambienti fino a 60 mq come uffici, negozi, magazzini, mansarde e laboratori, tutti quegli ambienti ove più di una fiamma estetica serve una sorgente di riscaldamento ad alta efficienza e basso costo.

info@omi-spa.com

coordinamentocommerciale@omi-spa.com

L'INNOVAZIONE. PURA & SEMPLICE.



NINJA LASER

Per chiavi piatte, laser e Tibbe



CAMILLO BIANCHI

Lettore di profili
per chiavi piatte



NINJA VORTEX

Per chiavi laser e punzonate



THINK NEW.

www.keyline.it

A BIANCHI 1770 GROUP COMPANY



BIANCHI 1770 GROUP

KEYLINE

Innovators by design | Since 1770



fatto?



Annovi Reverberi, storica azienda italiana di riferimento per il mercato delle idropultrici a uso hobbistico e industriale, ci ha aperto le porte dei suoi stabilimenti, per realizzare questo *Come è fatto?*, e arrivare al vero cuore di questa macchina: la pompa.

16...Fatto !

Certo, una idropultrice è un prodotto complesso da produrre, nel suo insieme. Negli anni poi, a complicare ancora di più la faccenda, è subentrata la questione del design: e alle necessità tecniche, si sono inevitabilmente sommate quelle estetiche. Resta comunque un fatto, imprescindibile e inderogabile: l'attrezzo, anche il più bello e accessorato, è perfettamente inutile se non equipaggiato da una pompa efficiente efficace e prestante. Perché è proprio la pompa a fare la differenza.

Ecco perché, in questa visita presso gli stabilimenti Annovi Reverberi, è proprio sul blocco pompa, che abbiamo voluto concentrare la nostra attenzione.

COME FUNZIONA?

L'idropultrice di uso hobbistico più diffusa, è alimentata da corrente elettrica e usa l'acqua come mezzo meccanico di rimozione dello sporco. Normalmente si compone di:

- pompa ad alta pressione;
- motore elettrico, che può essere o a induzione o universale;

1 - COMPONENTI BASE

Testata (corpo guida pistoni) e motore della pompa arrivano già pronti, da due stabilimenti del gruppo, specializzati proprio nella progettazione e realizzazione di questi componenti. I componenti sono stoccati nel magazzino merci in arrivo, in attesa che si avvii il processo produttivo.



2



2 - LE MOLLE

In questa prima fase si lavora al corpo guida pistoni (testata). Un operatore specializzato inserisce manualmente tre molle all'interno del corpo guida pistoni. Le molle vengono finite con una rondella.

3



3 - I PISTONI

All'interno delle molle, e sempre manualmente, vengono inseriti i tre pistoni in acciaio temperato che serviranno alla meccanica della pompa.



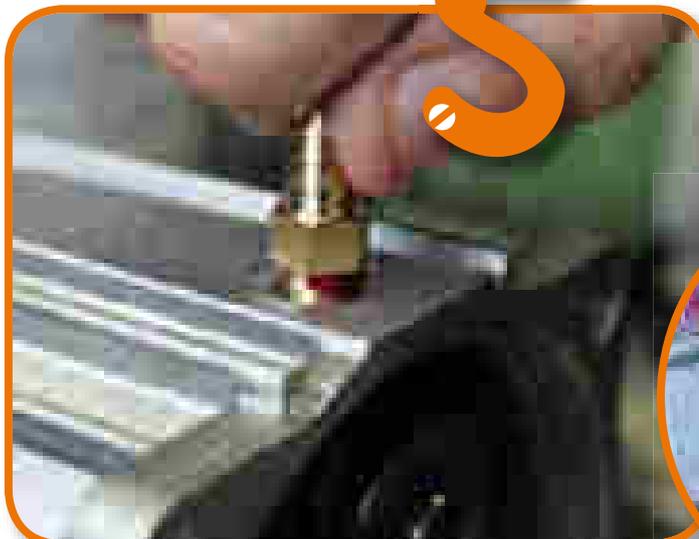
4 - CHIUSURA DELLA TESTATA

Un operatore posiziona nella macchina pressatrice il blocco così costituito; la macchina provvede all'inserimento delle tenute pistoni, ovvero dei sistemi meccanici atti a serrare i pistoni al corpo della testata.

4



5



5 - GLI OTTURATORI

A questo punto l'operatore, sempre manualmente, inserisce i due otturatori per l'olio. Il pezzo così preassemblato è posto sotto una postazione pneumatica che provvede a serrare automaticamente ed ermeticamente gli otturatori.





6 - POLMONE

A collegare i due otturatori, viene inserito un tubicino in gomma, anche detto polmone di dilatazione dell'olio, che serve a garantire una via di fuga all'olio in eccesso quando la pompa entra in pressione. Il tubicino è serrato agli otturatori attraverso due fascette stringi tubo.

7 - LA TESTATA È COMPLETA

A questo punto la testata è pronta per essere assemblata al blocco motore.



- tubo per acqua ad alta pressione di diverse metrature e materiali;
 - lancia con ugello, rotante o variabile.
- Il motore elettrico fa girare una pompa ad alta pressione che, attraverso pistoni in acciaio temperato, mette in pressione l'acqua.

L'acqua ad alta pressione percorre tutto il tubo e la lancia per fuoriuscire da un ugello. A seconda della potenza del motore, è possibile creare un getto d'acqua estremamente potente; a seconda del tipo di ugello si può scegliere l'ampiezza e la tipologia del getto.

LE PREMESSE

Innanzitutto, una cosa va subito detta: una pompa è un prodotto articolato, che si compone di differenti

apparati, che si producono separatamente e poi si assemblano. Per questo, un'azienda strutturata come Annovi Reverberi ha scelto di specializzare gli stabilimenti di produzione in funzione delle competenze e delle puntuali attitudini. In questo modo, ciascuna unità produttiva ha una sua specifica vocazione. Non solo. Proprio perché il processo di costruzione è assai delicato, tutto deve avvenire con il costante controllo e intervento di un operatore specializzato, che presiede le macchine utensili automatiche e in molte fasi agisce manualmente in prima persona. Tutto questo per meglio garantire la qualità e la durata, ma anche e soprattutto la sicurezza, del prodotto finito.





8 - MOTORE

Il blocco motore viene prelevato dal magazzino e sistemato da un operatore su di una macchina utensile automatica.



I PASSAGGI

Tutto inizia con la realizzazione di una testata, anche detta corpo guida motori, e di un motore. Nella testata, manualmente, vengono inseriti molle e pistoni. Una macchina poi serra le tenute pistoni. Una volta serrati gli otturatori, un tubicino in polimero flessibile (anche detto polmone di dilatazione dell'olio) è inserito a garantire una via di fuga all'olio in eccesso quando la pompa entra in pressione. Il tubicino è serrato agli otturatori attraverso due fascette stringi tubo.

La testata è completa, e può essere assemblata al motore. Per questo, è necessario l'ausilio di una macchina utensile automatica, presidiata e governata da un operatore specializzato che carica i singoli componenti e controlla tutte le singole operazioni.

Dopo di che, si può riempire il serbatoio dell'olio, e si possono serrare le teste di ottone che serviranno per collegare il tubo e la lancia. A questo punto si procede ai collaudi che, pezzo per pezzo, provvedono a verificare che tutto funzioni a dovere. Adesso il gruppo pompa, vero cuore dell'idropulitrice, è pronto per passare nello stabilimento di vestizione ed essere alloggiato dentro la scocca.



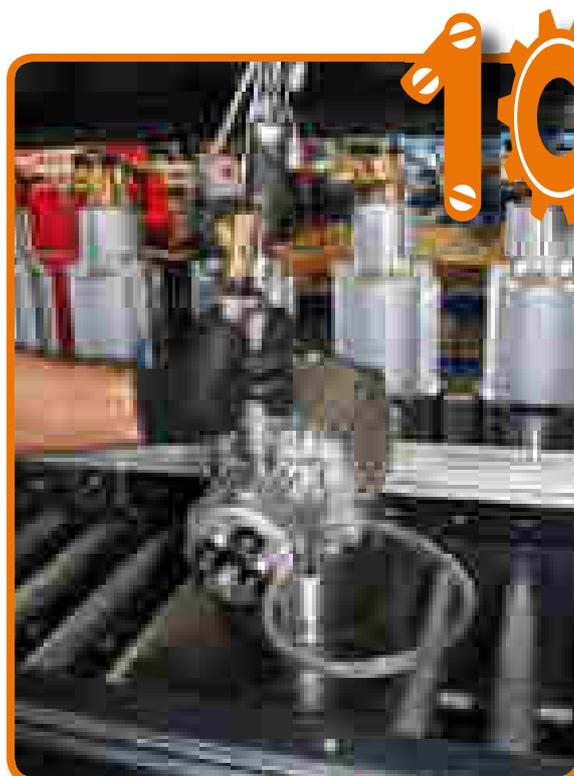
9 - PRIMO ASSEMBLAGGIO

L'operatore provvede ad armare la macchina utensile di bulloni, e la carica con il corpo guida pistoni. A questo punto la macchina provvede automaticamente all'assemblaggio dei due componenti.



10 - OLIO

Una pompa idraulica, guidata e sorvegliata da un operatore, provvede al caricamento dell'olio all'interno della testata, e ne controlla il dosaggio e il livello.





11 - TESTE IN OTTONE

Dopo l'inserimento dell'olio, il motore passa a una postazione automatica per l'inserimento delle teste in ottone (che arrivano già preformate). Un addetto provvede al caricamento dei componenti e presiede e controlla tutte le operazioni di assemblaggio.

11

12 - COLLAUDO

A questo punto si può provvedere al collaudo finale del gruppo pompa. Una macchina utensile a controllo numerico ne testa e rileva i parametri di funzionamento e sicurezza.



12

13



13 - PRONTO PER LE IDROPULITRICI

Dopo aver superato il collaudo, il gruppo pompa viene stoccato in cestelli pronti per essere trasferiti nello stabilimento di vestizione, dove sarà alloggiato dentro la scocca dell'idropulitrice.

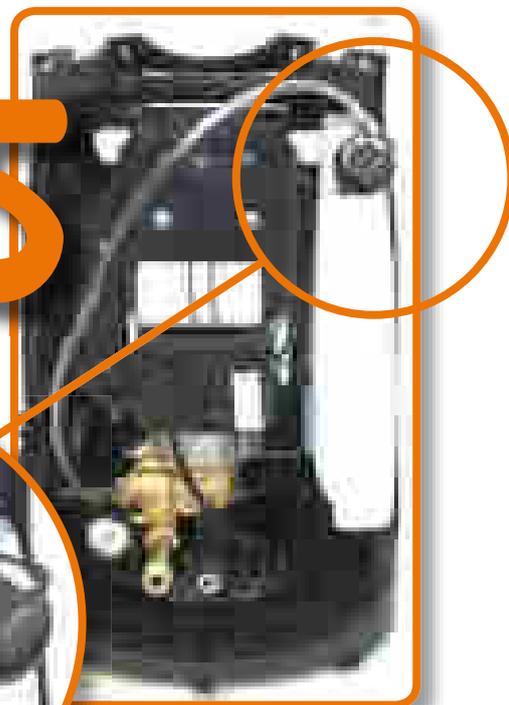




14

14 - POSIZIONAMENTO

La pompa è posizionata nel guscio della scocca.



15

15 - IL DETERGENTE

A questo punto si aggiunge una tanica per il detergente.



16 - È PRONTA!

Per completare l'opera, la scocca è chiusa con il carter frontale. Una volta finita la vestizione, il prodotto è pronto per essere alloggiato nella specifica confezione, completo di manuale e garanzia del produttore con tutte le protezioni ed angolari necessari per fare in modo che arrivi a destinazione perfetto e senza difetti.

A PROPOSITO DI ANNOVI REVERBERI



Annovi Reverberi nasce nel 1958 a Modena, nel cuore del distretto metalmeccanico. Ad oggi è annoverata tra i principali costruttori di idropultrici, sia per il settore hobbistico che professionale, pompe a pistoni per il lavaggio industriale e pompe a membrana per il settore agricolo. Soluzioni d'avanguardia, arricchite dal prezioso patrimonio della tradizione e cultura artigianale che da sempre hanno contraddistinto la realtà modenese. Attualmente Anнови Reverberi produce circa 1.000.000 di pompe all'anno. Una realtà in costante crescita, una presenza forte sia nei mercati italiani, che europei e mondiali, con ben un 85% dedicato all'export. Un partner di qualità che ha scelto di offrire soluzioni specifiche e performanti, studiate e di volta in volta personalizzate sulle singole richieste ed esigenze. Anнови Reverberi rappresenta un tipico esempio di imprenditoria italiana basata sulla forza delle idee e sulla costante ricerca della qualità, obiettivi rimasti sempre al primo posto e che hanno contribuito negli anni a rendere l'azienda un punto di riferimento.



Nicola Chiavenato:

Classe 1974, maturità scientifica e poi laurea magistrale in ingegneria gestionale, presso l'Università di Bologna. Dal 2000 è operativo nell'azienda di famiglia, ma la sua storia professionale segue un percorso interessante.

In ferramenta, senza preconcetti

Ferr: Chiavenato, perché il suo percorso professionale non è proprio assimilabile a quello dei suoi colleghi del settore?

N.C.: Perché l'azienda di distribuzione di ferramenta non è nata con la mia famiglia. La nostra è un'attività produttiva che opera nella trasformazione degli abrasivi flessibili. Quando sono stato prossimo alla laurea, ci è stata proposta l'acquisizione dell'ingrosso. A quel punto mio padre mi ha chiesto: ti interesserebbe occuparti dello sviluppo di questa attività? Io ci ho riflettuto qualche giorno. E poi ho accettato.

iFerr: Quindi avete esordito insieme, lei e la distribuzione all'ingrosso di ferramenta?

N.C.: Proprio così. E questo mi ha agevolato la vita. Perché di fatto non si poneva il problema del confronto con il passato. Al contempo, quello che imparavo, serviva a tutti, perché tutti in azienda avevamo bisogno di imparare, perché quel business era piuttosto oscuro anche ai vertici storici, della nostra attività di famiglia.

iFerr: Nessun rovescio della medaglia?

N.C.: Certamente ci sono voluti impegno e una gran fatica. Per non parlare del senso di responsabilità che mi pesava sulle spalle. Allo stesso tempo però ho potuto godere di una possibilità più unica che rara, per un giovane alle prime armi: imparare, creare qualcosa di nuovo, dare libero sfogo a tutte le mie potenzialità, con le spalle coperte, sia dal punto di vista strutturale che finanziario, ma anche emotivo, perché mio padre è sempre rimasto al mio fianco, pronto a puntellarmi in qualunque momento.

iFerr: Ma in sostanza, come vi siete divisi i compiti in azienda?

N.C.: Mio padre continua a seguire la divisione abrasivi, io invece mi occupo della divisione ingrosso ferramenta. Ciascuno di noi ha la sua area di competenza, ma il confronto tra noi è costante e continuo. Anche perché le due divisioni condividono alcuni servizi generali.

iFerr: Il suo essere giovane, ha in qualche modo contribuito al successo del ramo d'azienda che le è stato affidato?

N.C.: Ne sono sicuro. Perché quando si è giovani si ha una innata capacità di affrontare le questioni senza sovrastrut-

ture, senza pesi pregressi. E questo rende decisamente più semplice e immediata la ricerca di strade nuove. Tanto per dire: una delle prime cose che ho portato avanti con determinazione? entrare attivamente nella fondazione del consorzio Axel. Perché credo molto nel lavoro di squadra. Ora, se l'azienda fosse stata storicamente della mia famiglia, e se io avessi avuto qualche anno in più, è assai probabile che per raggiungere il medesimo obiettivo, avrei prima dovuto superare notevoli resistenze passive e attive, in seno alla famiglia, ma anche da parte mia, originate da preconcetti e pregressi.

iFerr: Però non deve essere stato facile, cominciare da zero, senza neppure poter contare su un know-how familiare!

N.C.: Certo, è stata una bella sfida. Basti pensare che quando abbiamo acquisito l'ingrosso, a magazzino c'erano solo poche migliaia di referenze. Per arrivare alle 20mila referenze di oggi, ho dovuto sudare sette camice, girare, imparare, capire. Per questo trovo che la scelta di riunire le forze in un gruppo sia stata più che vincente. Un aiuto imprescindibile per la mia attività.

iFerr: E di qualche errore, vogliamo parlare?

N.C.: Se cominciamo a elencare gli errori rischiamo di non finire più! Figuriamoci, ero giovane e inesperto, di errori ne ho commessi a bizzeffe. Ma con il senno di poi mi rendo conto che anche questo ha contribuito alla mia crescita professionale. Bisogna lasciare ai giovani i margini per sbagliare, altrimenti non possono diventare autonomi.

iFerr: In quale modo i giovani potrebbero aiutare la distribuzione di ferramenta a evolversi?

N.C.: I giovani possono veramente costituire il punto di svolta, per la nostra filiera. In Italia abbiamo un assetto distributivo unico, nel panorama internazionale. Ma perché anche le ferramenta si muovano al passo con i tempi, sarebbe necessario un salto di qualità, in direzione del servizio, delle esposizioni. Insomma, il consumatore oggi può contare su una filiera unica, che parte da internet e che ha bisogno di un riscontro corretto e coerente, di pari livello, anche nei punti vendita al dettaglio. I giovani sono quelli che meglio possono comprendere e interpretare questo cambio di passo, nel mondo commerciale.



Luca Poletto:

Nasce nel 1981, ed esattamente 20 anni dopo, nel 2001, fa il suo ingresso (non proprio trionfale) nei magazzini dell'azienda di famiglia. Perché la gavetta è una cosa seria, e va fatta partendo da scatole scaffali e logistica operativa.

Che bello, sporcarsi le mani!

Quando entra in azienda, ha appena vent'anni. Un *puteo* catapultato tra chiavi e serrature, che scopre un universo immenso, dietro quegli oggetti così comuni. E alla fine si innamora del suo lavoro.

iFerr: Luca, come è iniziata la sua avventura in Parmakey?

L.P.: Dalla gavetta vera, non quella declamata per riempirsi la bocca. Sono stato messo in magazzino allo scarico merci, come è giusto si faccia, con l'ultimo arrivato.

iFerr: Però lei il business di famiglia lo conosceva già piuttosto bene?

L.P.: Non direi. Certo, di chiavi e serrature ho masticato e sentito parlare fin da piccolo. Ma quando ho iniziato a lavorare mi si è veramente aperto un mondo inaspettato.

iFerr: Dopo di che, come è progredita la sua carriera?

L.P.: Dopo lo scarico merci sono stato incaricato della gestione degli ordini, sempre in magazzino. Solo in un secondo momento, erano trascorsi un paio d'anni circa, sono passato nel laboratorio tecnico, nell'officina insomma, dove effettuiamo le personalizzazioni e le finiture di alcuni prodotti, e la masterizzazione della chiavi.

iFerr: Un bel salto di qualità, quindi?

L.P.: Eccome! In laboratorio i prodotti hanno smesso di essere semplici codici, e sono diventati prodotti a tutti gli effetti; ho imparato a conoscerli in modo approfondito, e mi sono davvero appassionato a questo mondo, che è sorprendente.

iFerr: Dopo tredici anni in azienda, che ruolo ricopre?

L.P.: Sono di nuovo in magazzino, ma non più nelle retrovie: lavoro in prima linea, seguo i clienti e gli ordini, sto al banco e coordino e organizzo il magazzino.

iFerr: Lo scoglio più difficile da superare?

L.P.: La quantità di informazioni! A magazzino abbiamo stabilmente più di 58 mila referenze, tra chiavi, serra-

ture, cilindri, casseforti, accessori e componenti vari. E processiamo ordini per una media giornaliera che si attesta intorno alle 50-60 spedizioni. Il nostro lavoro parte da una ferrea logica di servizio: vogliamo essere pressoché certi di avere disponibile tutta la merce necessaria a rispondere tempestivamente (entro le 24 ore, nella stragrande maggioranza dei casi) a qualunque richiesta dei nostri clienti. Per una nuova leva, tutto questo non è certo semplice da affrontare, comprendere, gestire.

iFerr: Cosa pensa, a proposito della sua entrata in azienda?

L.P.: Che sono un privilegiato. Anche sporcarmi le mani, iniziare dalle basi, mi è stato fondamentale, per crescere personalmente e professionalmente. L'opportunità che la mia famiglia mi ha dato, non è certo cosa comune.

iFerr: Lavorare in famiglia è tutto rose e fiori?

L.P.: I rapporti familiari sono delicati. Bisogna avere pazienza. I miei genitori sono stati bravi, degli ottimi maestri e delle guide impareggiabili, perché mi hanno dato il tempo di imparare. Chiaro, a tutt'oggi non sempre comprendo o condivido le scelte familiari; scalpito per l'entusiasmo e accelererei volentieri alcuni processi evolutivi, mentre invece mio padre talvolta sembra procedere con il freno a mano tirato. Ma anche questo fa parte del gioco, in senso positivo. Perché probabilmente io con la mia impazienza sono da pungolo, da stimolo, al cambiamento; mentre i miei genitori, con la loro esperienza, fanno sì che tutto avvenga nei tempi e nei modi più corretti. È una questione di equilibrio!

iFerr: Cosa suggerirebbe, allora, alle nuove generazioni di grossisti e dettaglianti?

L.P.: Prima di tutto direi: non abbiate paura di sporcarvi le mani. Perché è proprio dalla confidenza con i nostri prodotti, che si impara ad amare veramente questo settore. Dopo di che, dedicate alle aziende di famiglia il vostro entusiasmo, perché sono belle, hanno ottime potenzialità, e si meritano tutta l'attenzione dei giovani!

“Lo scambio elettronico di listini, ordini e fatture è di vitale importanza. Nel nostro mercato, a differenza di quanto accade nel materiale elettrico, produttori e rivenditori sembra non abbiano ancora ben compreso la portata e i vantaggi dell’EDI”

Ottimismo, e non mollare mai!

Giovane e dinamico 37enne, sembra non essere stato particolarmente colpito dalla crisi generale nelle vendite e condivide questo aspetto positivo con Alfer, Kimono e Knauf, aziende che con insolito entusiasmo rappresenta.

Ferr: Christian, un’opinione sulla situazione di sofferenza generale del mercato che sembra finalmente in ripresa.

C.G.: Io mi ritengo fortunato perché l’unica vera crisi che ancora subisco è per la mancanza di tempo; tempo per fare ancora di più, con i miei clienti ma soprattutto con le aziende che rappresento, instancabili nel proporre innovazione.

iFerr: Lei ci è stato presentato come venditore del marchio Alfer; quali altri marchi ha in valigia?

C.G.: Knauf, dove il cartongesso è solo la punta di un iceberg, riesce a dare al rivenditore infinite possibilità di soluzione per i più comuni problemi di isolamento acustico, umidità e finitura. Kimono è un universo di prodotti in legno per il vero fai-da-te, dal semplice listello di legno ai top da cucina, o anche le pavimen-

tazioni senza incollaggio. Con Alfer poi è addirittura divertente seguirli nella continua instancabile crescita di prodotti legati all’alluminio, per i professionisti e per i bricoleur; ha un potenziale altissimo.

iFerr: Quale, secondo lei, il ruolo delle mandanti?

C.G.: È tutto. Dalle capacità delle aziende di innovare ma soprattutto di comunicare le proprie progettualità dipende ogni cosa. La mia clientela ha certamente avvertito un brusco rallentamento delle vendite ma all’interno di questa situazione non positiva, marchi come questi, con il loro dinamismo, hanno corretto i numeri.

iFerr: E il suo ruolo? Quanto, secondo lei è importante l’attività dell’agente, per le aziende?

C.G.: Per le aziende e per i clienti, per entrambi, è importantissimo. Me ne accorgo dal mio stesso

lavoro. Più mi impegno più raccolgo. La sintonia con le aziende, nel mio caso, è massima, perché sono in grado di seguirmi ed apprezzare il mio giornaliero lavoro di spinta su tutto quanto riguardi l'evoluzione e l'innovazione. L'agente oggi deve essere profondamente informato sulle produzioni delle aziende che rappresenta. E' fondamentale. Io studio costantemente le produzioni e ciò mi consente di trasferire tutto ciò che imparo, alla clientela.

iFerr: E la clientela? Che tipo di clientela è? Come l'ha scelta? E soprattutto, è ricettiva?

C.G: Ho cominciato a circa 25anni imballando carte e tessuti da parati destinati agli impianti Castorama ed è qui che ho avuto la mia prima esperienza di vendita, e gli impianti erano dislocati su tutto il territorio nazionale. Girando così tanto ho appreso molto ed ho cercato poi di trasferire i concetti di una distribuzione moderna, ai punti vendita di colori o bricolage, ma con tanta difficoltà. Molte volte, la mancata affermazione o la mancata crescita di certe strutture dipende dalla loro scarsa capacità, o possibilità, di proporre innovazione. Le aziende che vendo mi danno la possibilità di lavorare su esposizioni, testate, prezzi e offerte, ma la predisposizione dei clienti è determinante, ed ancora oggi è lo scoglio più alto da superare.

iFerr: Un'ultima domanda. Il nostro magazine, è impegnato in prima linea sul fronte dell'EDI. Qual è la situazione nel mercato che lei conosce?

C.G: Lo scambio elettronico di listini, ordini e fatture è di vitale importanza. Nel nostro mercato, a differenza di quanto accade nel materiale elettrico, produttori e rivenditori sembra non abbiano ancora ben compreso la portata ed i vantaggi dell'EDI. Velocità, precisione e risparmio sui costi di gestione servono anche in ferramenta. Continuate ad insistere; sono i produttori che devono proporlo ai propri clienti, ma, secondo me, hanno bisogno di essere ancor meglio informati.



Christian Gazziero
nella caricatura di R.L.

Parlare la stessa lingua, aiuta

Come promesso ecco i risultati dell'indagine che **iFerr** ha condotto per conto di **Assofermet** e **PRiFerr** durante l'evento **Malfatti&Tacchini Next**, a Paderno Dugnano, lo scorso 18 maggio. Oggetto del contendere: la de materializzazione dei processi commerciali

ASSOFERMET

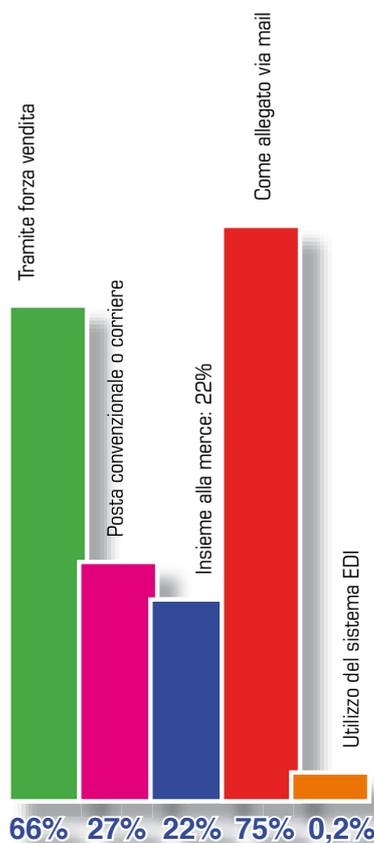
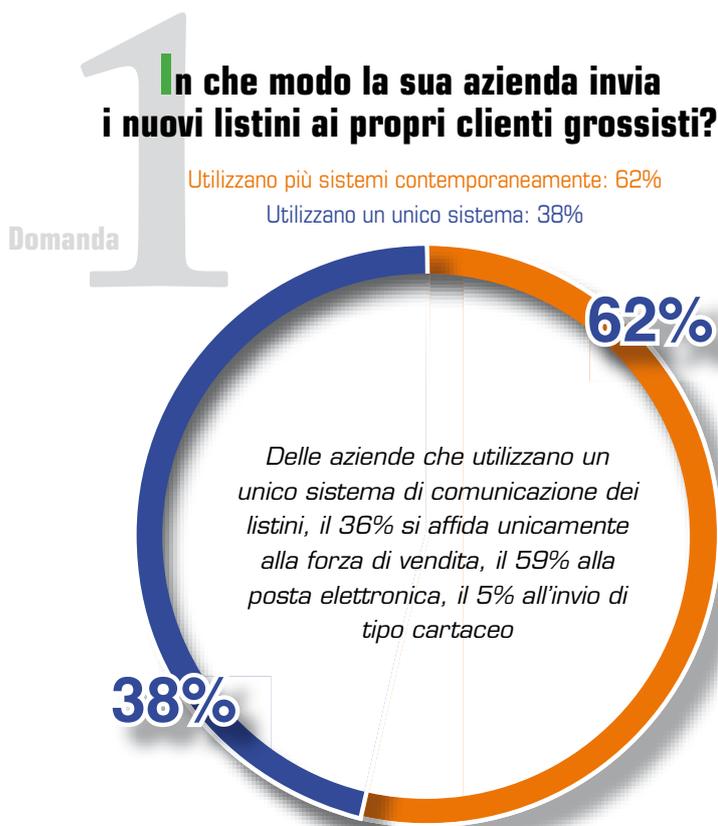
magazine
iFerr

PRiFerr
PUBBLICITÀ RELAZIONI E COMMERCIO



Durante l'evento Malfatt&Tacchini Next, la redazione di iFerr è stata incaricata da Assofermet (associazione nazionale delle imprese del commercio, cui fanno capo anche le imprese di distribuzione della ferramenta) e PRiFerr (neonata associazione per l'erogazione di servizi alla filiera lunga della ferramenta e utensileria), di condurre un'indagine conoscitiva presso le 70 aziende espositrici. Oggetto di approfondimento: la dematerializzazione dei processi commerciali. Meglio rinfrescare la memoria, vero? Per dematerializzazione dei processi commerciali si intende un sistema garantito e

sicuro di condivisione del linguaggio informatico, attraverso il quale tutti gli operatori di filiera (produttori, distributori, agenti e rivenditori) possono far transitare tutte le comunicazioni inerenti l'acquisto/ vendita di beni e servizi. Insomma, un sistema (piattaforma) che consente di agevolare semplificare migliorare la comunicazione commerciale di filiera, rendendola sempre più efficiente ed efficace, riducendo al contempo oneri e tempi di gestione degli ordini e di tutte le attività connesse e collegate. Alcuni mercati a noi paralleli, come ad esempio quelli della distribuzione elettrica e dell'idrotermosanitaria, si sono dotati di strumenti tecnologici in grado di ottimizzare il flusso



Le preferenze, in percentuale

Appare chiaro come la maggior parte delle aziende si affidi alla rete di vendita e alla posta elettronica, per comunicare, anche quando i sistemi di comunicazione sono multipli.



Domanda 2 **Listini: problemi spesso riscontrati: errori propri**

Risposte multiple: 7%

Risposte uniche: 93%



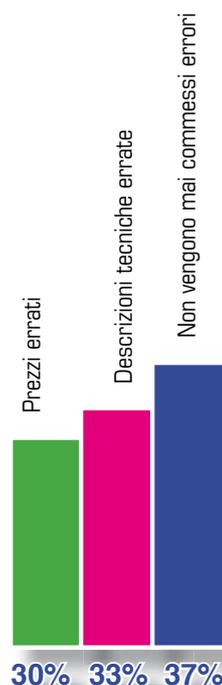
di informazioni commerciali, con risultati decisamente interessanti, sotto tutti i punti di vista. Così, un paio d'anni fa Assofermet ha iniziato ad attivarsi in materia, per cercare di organizzare un sistema analogo, in grado di proporre anche al mondo della ferramenta una soluzione personalizzata. Nel frattempo anche iFerr, durante le sessioni del convegno annuale, ha cercato di approfondire la questione, portando a galla le eccellenze già attive e operative, in materia. Risultato: molta fatica, tanto tempo dedicato, e molti dubbi ancora irrisolti. Primo fra tutti: **ma le aziende del settore, hanno un'idea chiara del significato, delle potenzialità, e delle opportunità**

offerte da un sistema di dematerializzazione dei processi commerciali?

Da qui, l'idea di attivare un'indagine, proprio in occasione dell'evento del 18 maggio, presso i magazzini Malfatti&Tacchini di Paderno Dugnano, in provincia di Milano, tra le aziende espositrici all'evento.

ED ECCO I RISULTATI

Innanzitutto, va reso onore al merito. Perché buona parte delle aziende, nonostante l'argomento spinoso e non certo avvincente, ha comunque risposto al questionario in modo esaustivo ed attento. Ed ora veniamo all'analisi delle risposte. Il questionario era sostanzialmente diviso in due parti. Una relativa alla propria struttura



NB: Risposta aggiunta da un intervistato: gli errori sono così rari da non poter elaborare una statistica sulla loro tipologia.

La percezione degli intervistati

Sono abbastanza equilibrate le risposte al quesito. Anche se appare chiaro che comunque più del 60% delle aziende prima o poi si trovi a dover affrontare una non conformità.



di comunicazione commerciale, e un'altra invece volta ad appurare il livello di conoscenza in materia di dematerializzazione e sistemi evoluti di gestione dei processi di vendita.

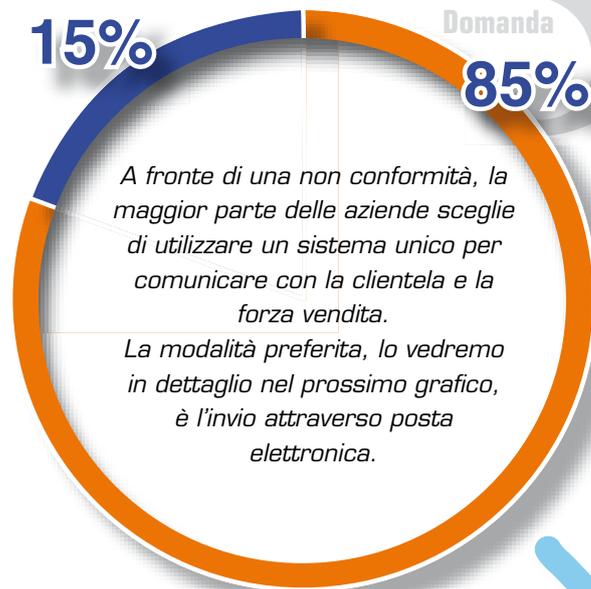
IN DETTAGLIO: L'ORGANIZZAZIONE OGGI

La maggior parte delle aziende ad oggi per comunicare i nuovi listini si affida alla propria forza vendita e utilizza la posta elettronica. Complessivamente, 30 aziende hanno dichiarato di contare sul supporto degli agenti (in 6 utilizzano questa unica soluzione), 34 di inviare la documentazione via mail (in 10 inviano solo via mail), in pochi abbinano l'invio dei listini alla consegna della merce, e solo uno ha già scelto la strada dell'EDI.

Listini. Rimedi a errori propri: le rettifiche (errata corrige) inviate

Risposte multiple: 15%

Risposte uniche: 85%



Listini. Problemi spesso riscontrati: errori dei clienti

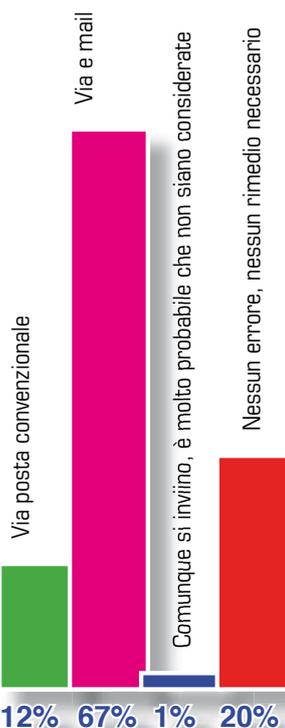
Ritardi nell'applicazione prezzi variati: 56%

Errori nel caricare i nuovi prezzi: 17%

Nessuna risposta: 23%

Sia ritardi che errori: 4%

Domanda



NB:
Un intervistato non ha risposto

Sistema di comunicazione delle rettifiche

Interessante notare un dato, in particolare: il 37% delle aziende ha risposto di non commettere mai errori, ma solo il 20% ribadisce la questione (nessun errore, nessuna risposta) quando si chiede come vengano comunicate le eventuali correzioni. La contraddizione è piuttosto palese ed evidenzia come di fatto siano più frequenti le non conformità, di quanto le aziende non siano disposte ad ammettere ufficialmente.



GRAZIE!



Ringraziamo moltissimo tutte le aziende presenti

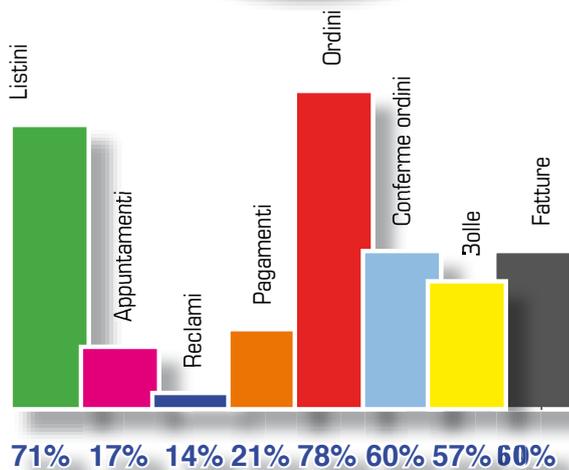
*al **Malfatti&Tacchini NEXI2014** del 18 maggio presso la sua nuova sede a Paderno Dugnano e si ringraziano anche le **1500** presenze di clienti e visitatori arrivati da tutta Italia e il patrocinio della Banca Popolare di Milano.*



EDELL'EDI, COSA NE SAPPIAMO?

Una volta fotografata la situazione di base, ovvero quella relativa alle non conformità (con conseguenti sprechi di risorse e denaro) nella comunicazione commerciale e tecnica all'interno della filiera, abbiamo voluto approfondire la questione a proposito di EDI. Obiettivo: analizzare conoscenze e competenze dei produttori, a proposito di de materializzazione dei processi commerciali. Ed ecco cose è emerso.

Un settore vicino, quello del materiale elettrico, da oltre un decennio ha adottato con successo un sistema moderno e efficace per trasferire i propri listini ai grossisti clienti. Secondo le informazioni in suo possesso, quale?



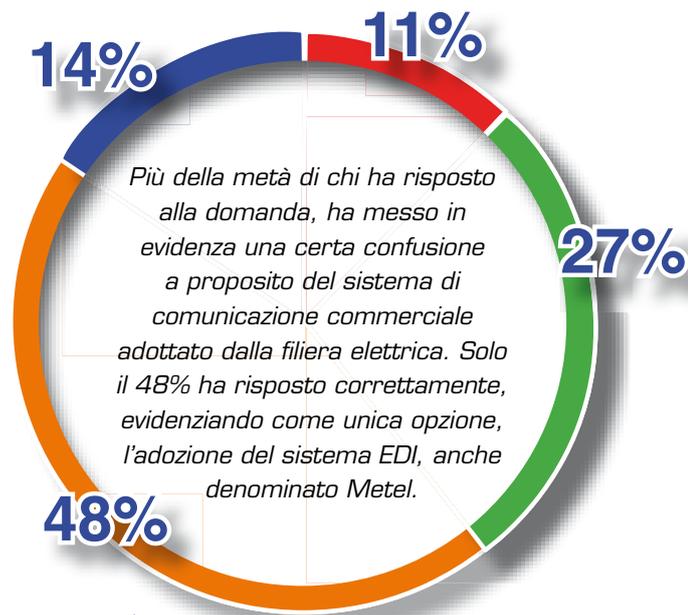
Le risposte in dettaglio

Il quesito prevedeva necessariamente risposte multiple.

Tra tutte le aziende che hanno risposto, solo il 25% ha evidenziato tutte (e solo) le voci corrette perché effettivamente interessate da un sistema EDI completo. Le altre hanno invece omesso o aggiunto voci errate.

Le risposte in dettaglio

Posta elettronica, allegando Pdf: 27%
Posta elettronica, allegando Excel: 14%
Adozione del sistema EDI: 48%
Più sistemi insieme: 11%



Secondo lei, per cosa si usa l'EDI?

Hanno risposto: 62%
Non hanno risposto: 38%



Rinnova il tuo punto vendita con un marchio di qualità. L'espositore te lo regaliamo noi!

*Offerta valida per l'acquisto
di espositore completo dei prodotti*



Contattaci telefonicamente
al 0171- 534519
oppure all'indirizzo e-mail
info@falcitools.com

FALCI 
HAND TOOLS - ITALY
Fabbri forgiatori dal 1600

7

Domanda

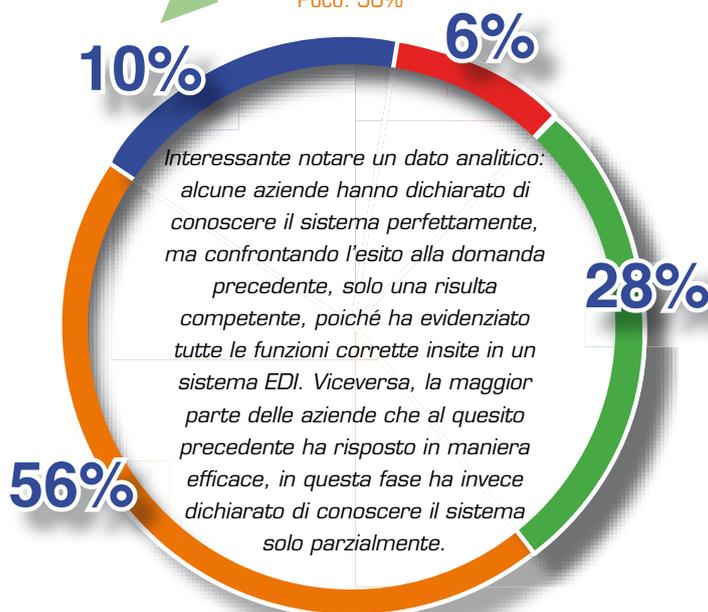
A quale livello conosce l'EDI?

Non hanno risposto: 26%
Hanno risposto: 74%



Le risposte in dettaglio

Perfettamente: 10%
Vorrei saperne di più: 6%
Sufficientemente: 28%
Poco: 56%

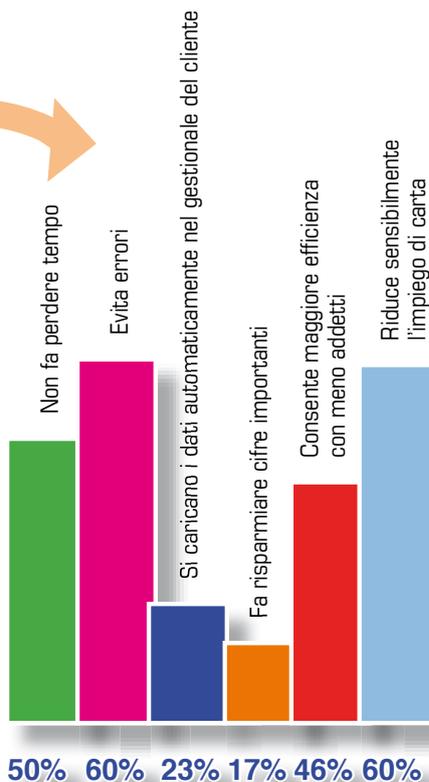


8

Domanda

Quali tra questi, secondo lei, i più importanti pregi del sistema EDI?

Hanno risposto: 63%
Non hanno risposto: 37%



NB: Tutti hanno risposto evidenziando più aspetti positivi.

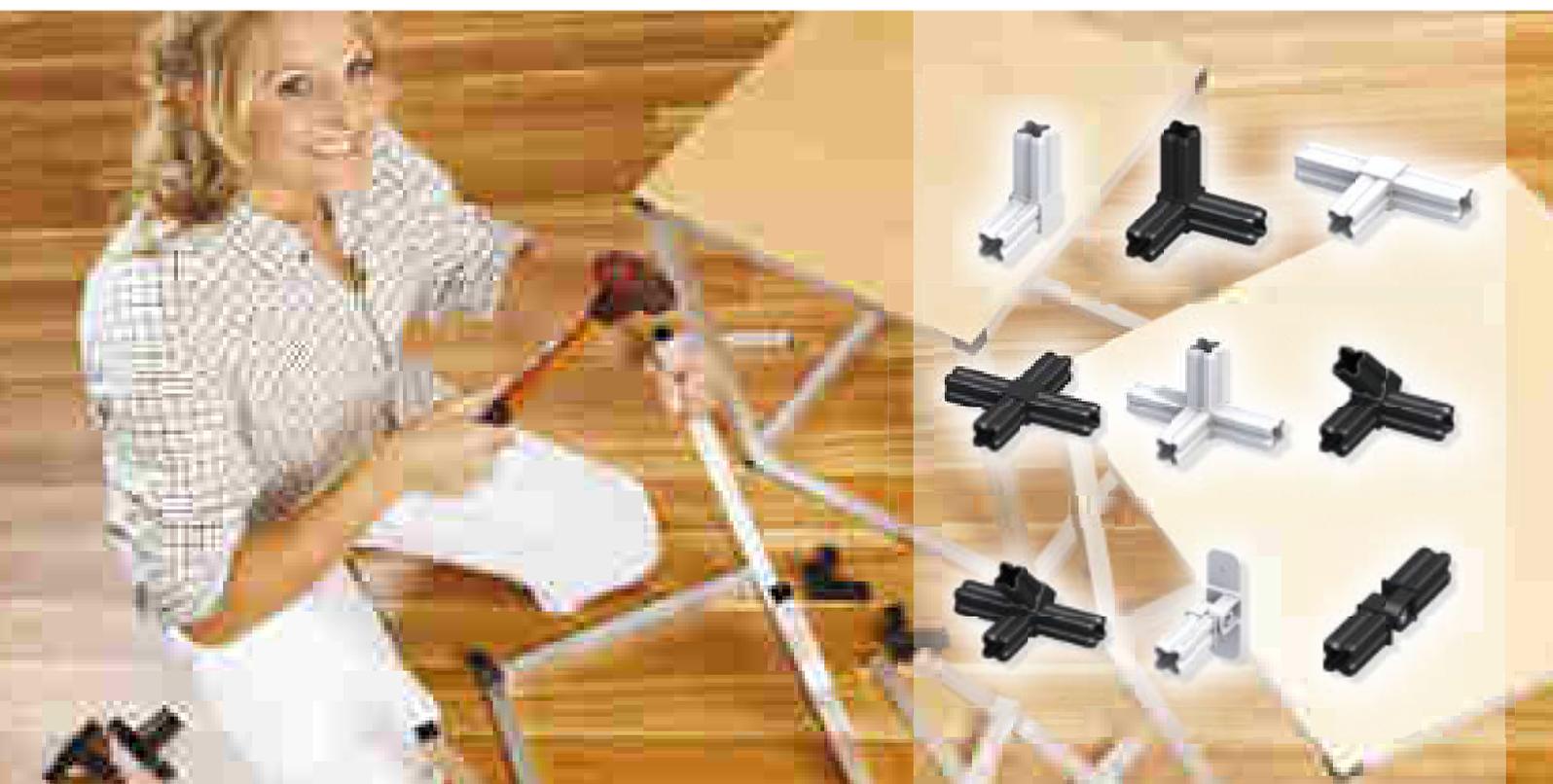
Le risposte in dettaglio

Curioso l'esito di questa domanda. A fronte di opzioni diverse, tutte legate all'ottimizzazione delle risorse, solo il 17% degli intervistati ha evidenziato esplicitamente la capacità di un sistema EDI di far risparmiare cifre importanti. Segno evidente che il molti lo considerino "caro" e quindi non così efficace in termini di compensazione e risparmio.

Sistema **combitech**[®] connect 23,5 mm

Giunture: il modo più semplice di raccordare

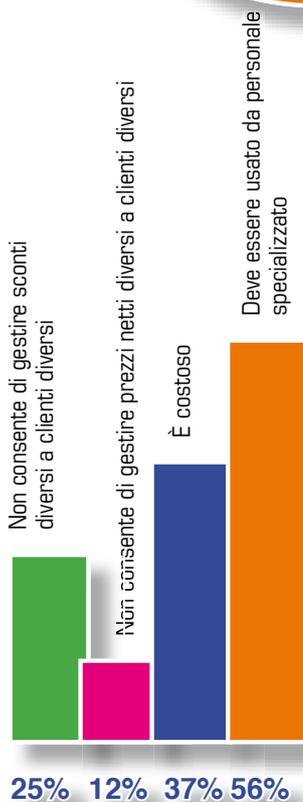
Gli elementi di giunzione **combitech**[®] connect consentono di raccordare in maniera estremamente semplice tubi quadrati da 23,5 mm. Che si tratti di realizzare una cornice, uno scaffale o qualunque altra cosa, le giunture in poliammide sono in grado di tenerla saldamente insieme.



9 Quali tra questi, i più importanti difetti del sistema EDI?

Hanno risposto: 35%
Non hanno risposto: 65%

Al quesito la schiacciante maggioranza degli intervistati non ha voluto rispondere. Perché di fatto è ben più difficile identificare i difetti, di un sistema che non si conosce bene.



NB: tutti gli intervistati hanno dato risposte multiple

Le risposte in dettaglio

Appare evidente come le due criticità maggiormente percepite siano: il costo e la difficoltà di utilizzo. In coerenza con quanto rilevato alla domanda precedente quindi, è chiaro che secondo le aziende l'onere di adozione di un sistema EDI sia piuttosto rilevante.

10 Secondo la sua percezione, gestire il proprio listino in EDI, che costo annuo ha?

Hanno risposto: 47%
Non hanno risposto: 53%

A conferma di quanto fin qui rilevato, più della metà degli intervistati non ha saputo rispondere a questa domanda.

Le risposte in dettaglio

da 1.000 a 2.000 euro: 29%
da 2.000 a 3.000 euro: 33%
da 3.000 a 5.000 euro: 19%
oltre 5.000 euro: 19%

Di fatto più del 60% degli intervistati attribuisce al sistema EDI un costo annuo compreso nei 3.000 euro. A conferma di quel 37% che alla domanda precedente lo ha invece etichettato come "costoso"

IN CONCLUSIONE

Dalla nostra indagine appare chiaro un dato, sopra a tutti: di strada da fare ne abbiamo davvero ancora tanta. Prima di tutto in informazione e formazione. Perché le aziende di produzione, che dovrebbero essere le prime promotrici di un sistema che agevola semplifica riduce i margini d'errore, sono mediamente ancora lontane da una corretta percezione di quali potenzialità possa esprimere un sistema EDI ben concepito. Al di là di tutto quindi, è necessario aprire con ancora maggiore determinazione, un tavolo di dialogo e confronto. Perché anche il mercato della ferramenta possa finalmente muoversi verso una sempre maggiore e migliore ottimizzazione delle risorse. Sotto tutti i punti di vista.

FACAL

Le Scale Italiane



EURO TRABATTELLO
"PIEGO"
...tecnologia e design

Vetroscala da Lavoro
VetroProf
... Per Professione Estetica



EURO TRABATTELLO
"alecMito"
...tecnologia e design

SCALA MULTIPOSIZIONE
HOBBY SEI
...per servire si fa in quattro



EUROSCALA
GENIA

SCALA CASTELLO IN ALLUMINIO
CASTIGLIA
...La Conoscenza per Produrre



PROGRESSIVE
S15/1
System

"PITTORE"
...l'amico di legno



Euro Scala
DAMA
...qualità certificata

SCALA PER ESCURSIONI
PONY
...e il tuo lavoro corre



Serie
"AGRI"
...scale per Agricoltura

SCALA PER ESCURSIONI
COLORETTE
...l'accanto perfetto



TRABATTELLO IN ALLUMINIO
TANO
...l'attico di casa

SCALA AL SOSTEGNO
PASSERELLE
CAMMINAMENTI



PROGRESSIVE
S15/2
System

TRABATTELLO
Mito



Super Scala
"PRIMA"
...la migliore in alluminio

SCALA AL SOSTEGNO
RAMPE
di carico



SCALA A PONTE
DIVA

TRABATTELLO
FIERO
...l'amico di ferro



SCALA PIEGHEVOLE
HOBBY-DUE
...ricerca di solide posizioni

EURO TRABATTELLO
DOGE65
...tecnologia e design



SCALA DA LAVORO
PLATEA
...programma sicurezza

EURO TRABATTELLO
DOGE80



Super Scala
VETROPRIMA

EURO TRABATTELLO
CAPO-1



PEDANA
ALFA

EURO TRABATTELLO
CAPO-2



Scala da Lavoro
Professional 1

EURO TRABATTELLO
CAPO-3



Sgabellato
"DUPLA"
...Evolution Professional

Cava



Scala a rotella con fune
ROLLER

"SPECIAL
PIEGO"
...tecnologia e design



"Scala Professionale"
STRUMENTA

EURO TRABATTELLO
ESTRO
...tecnologia e design



MASTER
PRO

Zinko



scala universale
BRIKO
...il valore della qualità

Trabattello
SPAZIO

...Qualcosa che vale nel tempo

E se diventasse *una biennale?*

La convention Elf 2014 è stata un vero successo. E non lo dicono solo i numeri, che comunque son di tutto rispetto (oltre 1800 registrazioni di visitatori da tutta Europa e dal mondo), per una tre giorni di corsi tecnici, approfondimenti culturali e normativi, aggiornamenti e attività commerciali.

Il primo e decisivo ritorno positivo lo abbiamo avuto dagli espositori, dagli sponsor che hanno messo mano al portafoglio, per partecipare, e che proprio per questo a buona ragione partono sempre da presupposti critici. Questo giro invece per tutti l'esperienza è stata

più che positiva. Evidentemente la formula di esposizione specializzata e qualificata, ampia ed esaustiva per numero di partecipanti e per ampiezza e profondità delle gamme rappresentate, accompagnata da sedute tecniche di alto profilo, si è dimostrata oltremodo azzeccata e vincente. A organizzare strutturare gestire il tutto, Ersi, l'associazione che raggruppa tutti gli specialisti serraturieri del nostro paese. Perciò, un successo made in Italy sotto tutti i punti di vista: perché si è svolto in Italia (e che Italia, a Firenze!), perché buona parte degli espositori erano italiani, e infine perché motore di tutto sono stati proprio gli italiani. Lucia Casiraghi, che di Elf è uno dei due delegati italiani insieme a Rodolfo Rottoni, e di fatto ha seguito tutta l'organizzazione operativa e strategica dell'evento, ci ha raccontato i retroscena di questa esperienza.

iFerr: Senta Lucia, tanto per cominciare, vi aspettavate tanto successo?

L.C.: La convention Elf è un evento che spesso riserva sorprese. Fare previsioni sulla partecipazione è sempre molto difficile perché dipende da molti fattori: luogo, proposte formative, area espositiva, divulgazione da parte degli espositori, ecc.

iFerr: Quindi a maggior ragione una gran bella sorpresa, no?

L.C.: Sicuramente. È chiaro, eravamo sicuri di aver imboccato una direzione corretta, perché i numeri dei preaccrediti erano già più che esaustivi. Per non parlare delle richieste degli espositori: ne abbiamo dovuti lasciar fuori 15, per mancanza di spazio. Ciò non toglie che ad oggi i risultati ci dicono che tutto è andato ben oltre le più rosee aspettative di ersi e di Elf.

iFerr: A cosa si deve, a suo parere, tanto successo?

L.C.: Prima di tutto alla formula dell'evento. Abbiamo scelto la strada della libera partecipazione, aprendo le porte anche ai non soci ELF. Siamo andati contro tendenza perché abbiamo voluto dare un segnale forte e importante







al mercato di riferimento: il ruolo delle nostre associazioni deve essere formativo, oltre che informativo, e le relative proposte aperte a tutti i professionisti in cerca di qualificazione.

iFerr: Vuol dire che secondo lei Ersi ed Elf dovrebbero essere accessibili a chiunque?

L.C.: No, non proprio. Voglio dire che non dovrebbero essere troppo chiuse. Naturalmente l'accesso deve essere in qualche modo controllato, vista la delicatezza degli argomenti trattati e delle informazioni che vanno gestite con cura e intelligenza. Ciò non toglie che porte troppo difficili da aprire, e scusate il gioco di parole, non portino da nessuna parte!

iFerr: In che modo questo ha contribuito al successo dell'evento?

L.C.: Prima di tutto creando un'offerta espositiva, ma anche formativa, veramente esaustiva, capace di dare ai visitatori una panoramica completa e complessiva. Questo ha reso la convention un momento di raccolta di informazioni veramente unico e credo anche imprescindibile. Tanto più che in Italia da anni non abbiamo più appuntamenti vera-

mente specializzati che ruotino intorno ai prodotti e alle tecnologie della sicurezza passiva.

iFerr: Lei ritiene che i serraturieri abbiano necessità, di appuntamenti come questo in Italia?

L.C.: I risultati della convention sembrano proprio affermare questo. Attenzione però a non correre troppo: non credo che il nostro mercato potrebbe reggere un evento annuale. I ritmi di evoluzione dei prodotti, ma anche le strutture commerciali delle aziende di riferimento, non penso siano in grado di reggere una cadenza così serrata. Viceversa, un appuntamento ogni due anni, potrebbe essere decisamente interessante, per tutti: espositori, serraturieri professionisti e visitatori.

iFerr: Ed Ersi ci sta pensando?

L.C.: Potremmo considerarlo. Anche se, trattandosi di una realtà associativa i cui soci hanno anche altre attività e che prestano opera solamente in via volontaria, Ersi ha più che mai necessità del supporto dei partner, per poter ipotizzare un impegno così gravoso, ogni due anni! Perché non dimentichiamolo, anche questa convention molto del successo lo deve al coinvolgimento positivo e propositivo di tutti!

TECHNOMAX

al vostro fianco per garantirvi
SEMPRE PRODOTTI ESCLUSIVI

LA SICUREZZA CHIEDE DI PIU'?

unica®

Certificata UNI EN 1143-1 con Protezione "DIAMANTECH" Brevettata*
per una eccezionale resistenza al disco da taglio



*Pat. Pending

Sicuri e ancora
più Sicuri...

con **EVO-LOCK**

**EVO-LOCK: l'evoluzione della
serratura a doppia mappa**

EVO-LOCK, con 8 leve asimmetriche ed indipendenti, certificata UNI EN 1300, è una serratura ad alta sicurezza di ultima generazione. Si basa sull'utilizzo di nuove leve antipicking oscillanti e mentonnet a profilo speciale che oppongono una eccezionale resistenza agli attacchi portati utilizzando gli ultimi sofisticati sistemi di manipolazione con l'uso speciali grimaldelli.

Le 2 chiavi a doppia mappa della nuova serratura EVO-LOCK, anch'esse rinnovate nel profilo, sono accompagnate da una carta di proprietà numerata per una duplicazione controllata della chiave.



Professional Bank

La Sicurezza per Banche, Gioiellerie, Professionisti...

Le casseforti della linea "Professional Bank", certificate da VDS, ECB-S secondo la norma europea UNI EN 1143-1 nel 1°, 3° e 5° livello, combinano un grande livello di sicurezza con una grande affidabilità. Oltre alla certificazione contro tutte le forme di attacchi con attrezzi da scasso, la gamma di casseforti "Professional Bank" ha ottenuto la certificazione di resistenza al fuoco NT FIRE 017 60P e 90P (secondo il modello). Tutti i modelli sono provvisti di sistemi di re-locking automatici interconnessi. In caso di attacco alla cassaforte, i catenacci di chiusura vengono automaticamente bloccati.



www.technomax.it

TECHNOMAX s.r.l. - Via Casa Bianca, 10 - 26037 S.Giovanni in Croce (CR) - Italy
Tel. +39 0375 310281 (r.a.) • Fax +39 0375 310282
info@technomax.it





mi

3° Congresso Nazionale
Milano, 2 dic

Sei pronto per

Day **Ferr**

Grossisti Ferramenta
embre 2014

iFerr Day 2014?

info@iferronline.com

Summer

BRIKAS

F E R R A M E N T A



Il giornalino Brikas Summer, in distribuzione in questi giorni, utile strumento di vendita per i dettaglianti e destinato al cliente finale.

Brikas Summer 2014 seleziona le migliori proposte e consente una scelta comoda e vantaggiosa. Tante soluzioni per chi cerca assortimento e convenienza: tende, arredo giardino, ombrelloni, ventilatori e tutto ciò che occorre per il barbecue.

DFL l'evoluzione della specie.

DFL

E' una società del GRUPPO **LAMURA**

Via Santa Maria degli Ulivi
SALA CONSILINA (SA)
tel. 0975 45524 - fax 0975 45694
info@nuovadfl.it - www.nuovadfl.it

Credere nel web!



Questa è la rubrica che analizza i siti web dei grossisti di ferramenta fornendo una valutazione percettiva ma anche tecnica al fine di sensibilizzare il nostro settore verso un continuo aggiornamento della comunicazione tecnologica in armonia con l'inarrestabile evoluzione dei rivenditori clienti che non

conoscono crisi dal versante dell'impiego di smartphone, tablet, ma anche semplicemente... internet! A Intempra (www.intempra.com) azienda specializzata nella costruzione di siti web altamente performanti, il compito di identificare i punti di miglioramento dei web nel mirino. Invitiamo i rivenditori dettaglianti nostri lettori, a scrivere a info@iferronline.com

per farci sapere quanto sono soddisfatti dal web che utilizzano per acquistare e per gestire il post-vendita, o se il proprio grossista di riferimento, debba dare qualcosa in più. 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.vigliettaguido.com

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

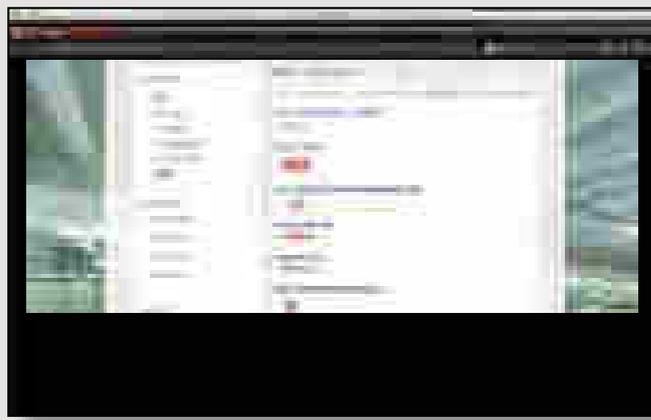
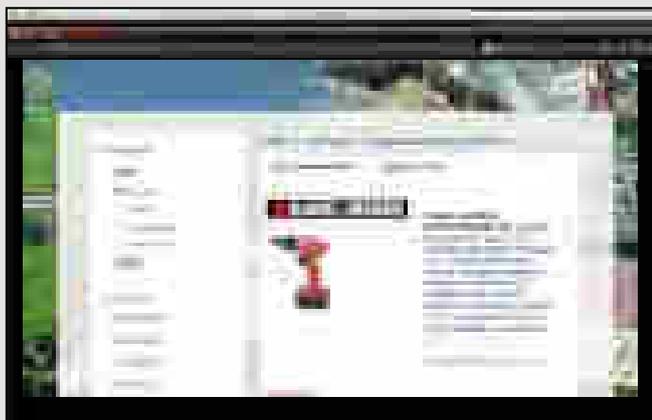
Valutazione Generale: @@@@



Viglietta Guido è un grossista nel senso più classico e tradizionale del termine. Raramente accade come in questo caso, di sentirne parlar bene addirittura dai propri concorrenti di zona, per la capillarità, la correttezza ma soprattutto per la sua disponibilità. Con circa 30 agenti e un fatturato che si aggira intorno ai 40 milioni opera nel nord ovest ed è molto difficile trovare in Liguria o in Piemonte un rivenditore che non abbia acquistato da lui. Digitando *viglietta* nel motore di ricerca, appare in un'ottima posizione e con l'intelligente indicazione di *ferramenta on line*. In home-page viene dato ampio risalto alle immagini della struttura e bisogna lavorare di mouse per scorgere un timido riquadro di ricerca che è fortemente limitativo perché esige il singolare e/o il plurale (ad esempio trapano/trapani), perché non consente la ricerca inserendo due elementi identificativi (tasselli+occhioli dovrebbero risultare solo gli articoli che contengono entrambi gli elementi in descrizione). Il distributore consente anche senza *login* di visionare prodotto e relativa scheda tecnica; le immagini sono appena

sufficientemente elaborate, ma le descrizioni tecniche sono davvero molto precise e ricche delle informazioni che possono realmente essere di supporto all'acquisto on-line. Molto apprezzabile la visualizzazione chiara e nitida del codice a barre. In apposita sessione sono riportate le *novità del mese*. Tutto può essere riportato in pdf, anche l'intero catalogo. Viglietta Guido non teme assolutamente rendere visibili i propri fornitori con un dettagliato elenco da cui si accede ai relativi prodotti. Un esempio, per tutti, di intelligenza ed apertura mentale. L'ambiente in cui scorrono le informazioni è però purtroppo povero, e non comunica. Le proporzioni non sono adeguate. La piattaforma web utilizzata trasferisce un certo senso di approssimazione.

In conclusione questo il nostro giudizio: il sito, tecnicamente, non è all'altezza dell'azienda e soprattutto non è evidentemente in grado di supportare le intenzioni dell'imprenditore. Con una tale predisposizione alla libera comunicazione si potrebbe progettare il ferramenta web più performante d'Italia.



http://www.anfuso.it

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

Valutazione Generale: @@@@



Anfuso distribuisce ferramenta all'ingrosso da circa la metà degli anni '70 e con una ventina di agenti copre egregiamente l'intera Sicilia e alcune zone della Calabria. Emanuele Anfuso è un'icona del settore perché ha sempre agito in prima linea a contatto diretto con i fornitori riuscendo ad essere sempre un passo più avanti rispetto alla concorrenza grazie alle proprie capacità ed esperienza. Oggi ci sono i figli alla conduzione aziendale e sembra

abbiano le carte in regola nel difficile compito di migliorare ulteriormente l'egregia opera del genitore.

Al top assoluto per indicizzazione legata al nome, in home-page, il sito presenta già forti limiti. Gli articoli sono visibili anche senza login (scelta apprezzata) ma privi di scheda tecnica e le immagini non sono sempre presenti. E' un sito che si presta bene per *dare un'occhiata* ma assolutamente inadeguato per gli ordini online. La

piattaforma è tecnicamente superata; l'architettura degli argomenti è troppo basilare e non vi è interazione tra essi. Il motore interno di ricerca non accetta più di una parola a meno di replicare esattamente la frase della descrizione (ad esempio stufa+gas= *no articolo* - stufa a gas=*OK*). Non sono presenti offerte, notizie, indicazioni per articoli nuovi, giornalini o quant'altro. Una grande ed importante azienda come Anfuso, si sarà chiesta come mai la propria clientela utilizza poco il web?





Walter Silvano
Amministratore
unico dello Studio
Mario Silvano.

Volere, Pensare, Agire

Superare i propri limiti è più facile, se si pensa positivo e si ragiona con un corretto ottimismo. Ma quando la stanchezza prende il sopravvento, non è facile trovare la forza per andare oltre. Il segreto per vincere la sfida? cercare di concentrare i nostri pensieri sugli aspetti positivi delle situazioni.

Quando ci occupiamo della formazione dei venditori, dobbiamo confrontarci sempre con i loro dubbi e le loro preoccupazioni. A tutti i responsabili vendite sarà capitato di vedere un venditore attraversare un periodo di stanchezza fisica o mentale.

Non è un fatto esclusivo dei propri venditori/agenti: quante volte anche i responsabili vendite sono attaccati da dubbi e preoccupazioni?

Tutti dobbiamo imparare a reagire, perché il dubbio e la preoccupazione, quando si fermano ripetutamente nella nostra mente, possono portarci con la massima rapidità al fallimento. Questo concetto vale anche nel regno animale: un cavallo che sta per saltare un ostacolo a volte si ferma all'improvviso, se sente il fantino esitare, per cui lo disarciona. E così si verifica esattamente la situazione che il

fantino temeva (*Profezia auto-avverantesi*).

Le visioni e i pensieri positivi sono al contrario strade libere. Se lasciamo che le nostre paure, dubbi e incertezze percorrano indisturbate le strade dei nostri pensieri, finiranno per farci "uscire di strada". **Concentrarsi sull'esito felice** di una situazione o di una trattativa non lascia spazio per immaginare un altro risultato che non sia il **successo**.

Tutto dipende dall'atteggiamento. Possiamo scegliere se far parte del problema o essere la soluzione. Pensare che ciò che oggi ci sembra un'utopia sia la realtà di domani e che tutto dipenda dalla nostra disponibilità ad agire. La volontà, infatti, non basta: se mancano impegno e azione, può anche restare per sempre un desiderio sterile e senza realtà. Il nostro convincimento è piuttosto:

Volere, Pensare, Agire

Spesso non facciamo parte della soluzione proprio perché manca la nostra azione.

*“È l'azione che scaccia le paure.
È l'azione che realizza un venditore.
Vendere è azione.”*

(“Vendita in Azione” - Autore: Mario Silvano - Edito da Il Sole 24 Ore)





Per essere una persona problematica non ci vogliono né coraggio, né genialità, né fatica. Ricercare soluzioni è molto più impegnativo, ma alla fine ci farà sentire in pace con noi stessi e stimoleremo anche gli altri al raggiungimento di obiettivi superiori.

Bisognerebbe tenersi sul proprio smartphone e/o desktop questa domanda:

"Che cosa proponi? Quale soluzione puoi adottare?"

La differenza sta nel modo in cui sfruttiamo le nostre diversità. L'esperienza dimostra che le doti che ci sono state messe a disposizione alla nascita non sono tanto preziose quanto il modo in cui le utilizziamo. **L'importante, insomma, non è quanti talenti possediamo, ma come li facciamo fruttare.** Demostene, ad esempio, era balbuziente ed è diventato il più grande oratore di tutti i tempi. Edison è stato espulso dalla scuola per "insufficienza mentale" ed è diventato uno degli inventori più geniali. Churchill era giudicato a scuola piuttosto stupido e come statista ha fatto la storia.

È chiaro che l'autorealizzazione e il successo non saranno a portata di mano se continuiamo a lamentarci per le occasioni mancate e le doti che non possediamo: l'autocommiserazione e il rammarico sono atteggiamenti

inutili e lesivi. Più costruttivo e saggio è invece cercare di **raggiungere gli obiettivi individuando e sfruttando le nostre capacità naturali, anche se imperfette.** Non lamentiamoci del mondo, se non vogliamo che il mondo si lamenti di noi.

Di solito faccio questo esempio:

se prendiamo un gruppo di persone e le mettiamo sulle rive di un laghetto, cosa vedranno?

Alcuni rocce, piante acquatiche, tronchi d'albero, pesci piccoli e grandi. Altri invece non coglieranno niente di tutto questo, ma solo la loro immagine riflessa in superficie. Non pensano neppure ad aggiustare lo sguardo per scrutare più a fondo. Per quanto guardino, non vedono altro che se stessi. Poiché non considerano il lago nella sua globalità, ma solo la superficie, ne hanno sempre il medesimo quadro, credono che l'immagine giusta sia quella che hanno sempre conosciuto. Ovviamente questi individui non possono essere dei venditori. **I venditori sanno guardare oltre.** Non vengono accecati dalle difficoltà. Vanno in profondità per avere chiara la situazione e trovare la soluzione. Quando l'hanno trovata, agiscono e così riescono. Quindi, ricordate: molti vogliono ma non pensano a cambiare, molti pensano che sia giusto cambiarsi.

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.

Email marketing

Strumenti e consigli per sviluppare il fatturato. Nel mondo della ferramenta, la comunicazione verso i clienti è ancora spesso sottovalutata o sottostimata. Ecco perché cercheremo di dare qualche spunto su come si possa incrementare il fatturato impiegando poco tempo ogni settimana o almeno 1 volta al mese per comunicare in maniera efficiente, efficace ed innovativa ai propri clienti.



di Gian Paolo Guerrini
Managing director

S spesso, uscendo da un negozio, una domanda sorge spontanea: perché il negoziante non ha trovato una scusa per chiedermi come mi chiamo, il mio indirizzo email, il cellulare, non ha tentato in qualche modo di "agganciarmi" per capire se sono un potenziale cliente di zona da fidelizzare? Si pensa che solo i centri commerciali o le grandi catene di negozi possano organizzarsi in tal senso, mentre in realtà, un negozio di ferramenta che spesso è collocato sul territorio e non è presente nei centri commerciali o in zone di grande frequenza di passaggio, dovrebbe vedere la comunicazione come elemento strategico per farsi ricordare, **e lanciare iniziative semplici ma efficaci, che stimolino il contatto continuativo con il cliente.**

L'email marketing così come gli sms, sono un modo efficace di comunicare. Perché attraverso strumenti semplici possono essere organizzate e gestite da chiunque abbia un minimo di dimestichezza con il computer, senza necessità di appoggiarsi ad agenzie di pubblicità, con costi eccessivi per un piccolo negozio.

Ma procediamo per gradi. Il primo nodo da sciogliere è: come posso mettere in pratica la mia comunicazione?

1 - Il primo obiettivo deve essere quello di dare un motivo al cliente per lasciarti qualcosa di sè...: significa che le tessere Fidelity utili per avere uno sconto particolare, o magari uno strumento di raccolta veloce di un'informazione al rilascio dello scontrino, un buono sconto da utilizzare per un prossimo acquisto, sia un'occasione per chiedere: "Gentile Sig.ra o Sig. se cortesemente mi fornisce il suo indirizzo email riceverà periodicamente dei buoni sconto e/o promozioni e contenuti a lei utili sul tema...X o Y". Oppure: "se compila il presente coupon potrà ricevere periodicamente un email e/o sms con sconti e promozioni e contenuti a lei utili sul tema X e Y."

Obiettivo minimo è ricevere un indirizzo email, ma se farò compilare un coupon sarà importante comprendere dove abita, data di nascita per ricorrenze, preferenze su argomenti di interesse ed inserire un campo firma e dicitura di delibera secondo privacy invio email ad uso informatico e commerciale.

2 - Il secondo obiettivo sarà quello di dotarsi di uno strumento semplice ma completo: uno strumento semplice deve permettere di inserire le informazioni raccolte in un database clienti, poterli dividere per gruppi per poter poi personalizzare il messaggio in base agli argomenti di interesse, zona, età; avere già delle newsletter tipo (template grafici) da poter



facilmente modificare come testi ed immagini, come se fossero dei documenti in word, gestire un invio programmato per un invio schedulato in fasce orarie più redditizie per la lettura del cliente, e altre utilità che successivamente spiegheremo.

3 - Il terzo obiettivo è creare delle comunicazioni efficaci e mirate: spesso basta attingere dalla propria esperienza e pensare non tanto alla promozione di un prodotto, ma ad **un contenuto che possa essere non solo informativo ma utile per chi legge**. Per questo una buona email che abbia un contenuto a valore aggiunto che parli brevemente di un problema e/o esigenza o di carattere informativo interessante in abbinamento ad una promozione, diventerà un appuntamento periodico ben gradito da chi la riceve, e difficilmente il cliente si cancellerà dalla lista invio. Un esempio potrebbe essere parlare di sicurezza della casa, di porte blindate e lucchetti, permette poi di rilanciare prodotti e /o promozioni sulla sicurezza che risolvono il problema specifico o evidenziare la vostra competenza in materia. **Il cliente la prima volta che avrà un problema si ricorderà di te**. Inoltre una mail può lanciare anche nuovi servizi, lanciare il vostro sito internet, il vostro account di Facebook, il tutto in maniera semplice ed immediata.

Quali informazioni ed innovazioni si possono ottenere da un semplice invio di una email?

Da una campagna di email marketing si possono trarre molte informazioni utili per la nostra attività e non solo generare fatturato aggiuntivo grazie a promozioni e/o lancio di nuovi prodotti. Con i giusti strumenti si possono oggi analizzare dopo un invio, la percentuale esatta di quanti hanno aperto un messaggio e in che fascia oraria, quanti hanno cliccato sul messaggio per approfondire un tema e/o un prodotto, tenendo anche traccia di chi ha effettivamente letto e cliccato per avere anche statistiche di quali gruppi clienti sono più sensibili o meno ad un argomento. Queste informazioni sono utili per verificare quale oggetto email sia stato più efficace, ma anche quale argomento abbia suscitato più interesse, e grazie a queste informazioni potrà, oltre a migliorare il messaggio, **comprendere su quali prodotti, campagne promozionali e/o argomenti puntare per fidelizzare i miei clienti**.

Un coupon con codice a barre o codice numerico univoco collegato alla email

Un'altra informazione interessante sarebbe quella di tracciare a seguito di una mia campagna email esattamente quanti dei nostri clienti, acquisiti o potenziali, abbiano apprezzato l'invito e poi sono stati stimolati a visitare il mio negozio, oppure abbiano in seguito acquistato un prodotto dal mio sito internet o realizzato il passaparola e/o abbiano aderito ad una mia promozione.

Il processo è semplice: Invio la singola email del cliente con un codice univoco numerico o con un codice a barre inserito in un coupon allegato alla email o visibile e generato dalla email stessa. Alcuni strumenti professionali per invio email hanno automatismi per la gestione univoca dei codici a barre. Dotando il negozio di un lettore ottico di codici a barre posso facilmente identificare il cliente in fase di acquisto, il quale esibirà la email stampata con un codice promozione e/o codice a barre. Oppure potrò inserire il codice numerico in fase di vendita sul punto cassa e il codice nel gestionale per ferramenta per associare la vendita alla campagna e-mail marketing. Per chi vende anche via internet potrà far inserire il codice numerico univoco in un campo dedicato alle promozioni e quindi sarò in grado di collegare il fatturato e-commerce alla campagna.

Le possibilità e occasioni per usare un coupon con codici a barre o codice numerico univoco

- Offerte limitate nel tempo: promozione se acquisti entro 48 ore
- Sconti, Promozioni, omaggi gratuiti entro il ...
- Storico acquisto: grazie per aver acquistato da noi, un buono sconto per il tuo prossimo acquisto
- Inviti: evento esclusivo, inaugurazione nuovo reparto, per te un coupon esclusivo

Per concludere il mio invito rimane sempre lo stesso, **comunicare, comunicare, comunicare...** ed oggi anche un piccolo negozio, e non solo distributori e punti vendita e produttori del settore ferramenta possono farlo, basta porsi come obiettivo. Ovviamente serve metodologia ma, soprattutto, anche strumenti adeguati per permettere a chiunque di operare in maniera semplice ma professionale. Per chi volesse approfondire e/o richiedere informazioni su strumenti disponibili per le tecniche di email marketing e sms-marketing e marketing digitale e metodologie da applicare.

gianguerrini@buildingthefuture.it

La gamma che cercavi.



FA-SA , offre complete e innovative gamme di prodotti che abbracciano l'intero settore cleaning, dalle idropulitrici agli aspiratori, lavasciuga pavimenti, monospazzole, spazzatrici, generatori di vapore. Prodotti compatti, maneggevoli, affidabili e facili da usare, ideali per ogni esigenza di pulizia sia indoor che outdoor, versatili e che garantiscono elevate prestazioni in ogni situazione. La ricca dotazione accessori consente di allargare gli orizzonti di utilizzo dei prodotti stessi rendendoli efficaci e funzionali ad ogni necessità in poco tempo e con il massimo comfort.

Per ogni necessità la giusta gamma che completa quella che ti manca!



Distribuita

11.000 copie

in tutta Italia

Grazie anche
ai migliori

Grossisti



Ovunque



Riscaldiamo

limitiamo i danni!



a pellet,



Inquinano decisamente poco, sotto tutti i punti di vista. Il loro prezzo è mediamente in aumento, ma consentono ancora un considerevole margine di risparmio rispetto ai tradizionali sistemi di riscaldamento. Sono le stufe a pellet, argomento della nostra indagine di questo mese.



La materia prima di cui sono costituiti i pellet è il legno: vengono utilizzati principalmente gli scarti della lavorazione industriale (imprese di costruzioni, mobilifici) o residui provenienti dalla gestione forestale. Si tratta di una biomassa compressa, che può venire utilizzata come combustibile sia nell'ambito domestico, sia per caldaie di grossa taglia o addirittura negli enormi impianti delle centrali termoelettriche. Essendo compresso, il pellet offre maggiore densità energetica, rispetto ad altre biomasse e inoltre è di facile trasporto, gestione e utilizzo. Presenta le caratteristiche che hanno portato alla diffusione di massa combustibili quali benzina, gasolio e carbone,

solo a un prezzo più contenuto e con un impatto ambientale sicuramente più basso.

COSTI E RISPARMI

Il pellet può avere dei costi che variano a seconda della stagione: tendenzialmente costa meno da maggio a luglio, ha una crescita verso agosto e giunge a stabilizzarsi in inverno. Alla fine del 2013 un sacco da 15 Kg si attestava intorno ai 4,80 e 5,50 euro, il che rappresentava un sostanziale innalzamento del prezzo rispetto all'anno precedente. Se calcoliamo che 1 Kg può servire a scaldare un ambiente per un'ora circa, valutando anche qualche ora di spegnimento della stufa, con un sacco da 15 Kg, si possono avere anche due giornate di riscaldamento. Il risparmio lo si raggiunge puntando su una stufa

INTERVISTA



Massimiliano Casagrande

Certificato, di qualità, e ben servito!

Massimiliano Casagrande è direttore vendite garden e pellet, di Agrifor & Associati, azienda specializzata nell'importazione e nella distribuzione di pellet certificato e di elevata qualità. Con lui abbiamo voluto parlare di questo prodotto, delle sue peculiarità e potenzialità. Per comprendere meglio come orientare assortimenti e servizi in ferramenta.

Ferr: Cosa fa la differenza in un buona proposta di pellet?

M.C.: Il comune denominatore credo debba essere la certificazione del prodotto. Oggi ritengo proprio che sia un elemento determinante per trasmettere al cliente la sicurezza di ciò che sta acquistando. La tecnologia nella costruzione delle stufe è cresciuta, ecco allora che diventa necessario proporre prodotti perfetti in termini di umidità, potere calorifico, packaging e costanza della materia prima.

Per questo, l'unica soluzione è affidarsi alle certificazioni.

iFerr: A parità di certezze però, come si può discriminare un prodotto da un altro?

M.C.: La selezione del prodotto passa prima di tutto dalla qualità e serietà delle aziende di fornitura. Oggi il mercato è molto frazionato: ci sono aziende più strutturate, ma anche tanti piccoli player locali. Ecco allora che, una volta verificati gli estremi delle certificazioni, si possono analizzare questi ulteriori aspetti: la presentazione del sacco, il colore del prodotto,

a pellet a rendimento elevato che, paragonata alla classica caldaia a metano, può portare a un abbassamento delle spese, a fine stagione, anche di 50 euro, per un locale di circa 30 metri quadrati. E il divario sale, se il paragone viene fatto con impianti a gasolio o a Gpl e può raggiungere anche 200 euro risparmiati. Se però si sovrastima la capacità della stufa rispetto all'ambiente da riscaldare, scegliendo un modello non adatto o poco performante, oppure la stufa stessa non viene regolata correttamente, non solo il risparmio si vanifica, ma diventa anche difficile ammortizzare l'investimento per l'impianto.

INSTALLAZIONE E MANUTENZIONE

Scegliere o consigliare quale stufa acquistare va ovviamente oltre il lato

estetico dell'oggetto stesso (molte stufe infatti spiccano per il loro design tanto da porsi come veri e propri eleganti elementi di arredamento). Innanzi tutto è necessario verificare la possibilità di realizzare una canna fumaria, se non è già presente. Serviranno poi una presa d'aria, da collegare direttamente alla stufa, e una presa elettrica, efficiente e dotata di messa a terra. Il collegamento elettrico deve rimanere sempre accessibile. Si tratta di apparecchi elettronici, facilmente programmabili, che possono lavorare autonomamente sulla base delle nostre indicazioni, riguardanti l'ora di accensione e di spegnimento e la potenza di calore. Emanando un forte calore, è consigliabile posizionare la stufa lontano dalle zone con pavimentazione

PER I RIVENDITORI

Ecco in estrema sintesi, cosa verificare quando si deve selezionare il perfetto pellet.

- Le certificazioni, che forniscono informazioni determinanti a proposito di umidità, potere calorifico, e residuo ceneri;
- la presentazione del sacco;
- il colore del prodotto;
- l'assenza di segatura;
- la qualità della plastica che ne preserva il tasso di umidità.

Ed ecco come va conservato:

- al coperto;
- lasciando il bancale con il cappuccio;
- tirando il nylon dallo spigolo del bancale per assicurare una migliore conservazione e movimentazione del prodotto.

l'assenza di segatura, la qualità della plastica che ne preserva il tasso di umidità. Questi sono certamente gli elementi distintivi del prodotto, che non si devono perdere di vista.

iFerr: Ma il pellet richiede particolari accorgimenti logistici?

M.C.: Certo non può essere bistrattato, ma come molte altre referenze. Va conservato al coperto, lasciando il bancale con il cappuccio; il nylon tirato dallo spigolo del bancale inoltre, assicura una migliore conservazione e movimentazione del prodotto. Ma nulla di più.

iFerr: Si possono ottenere buoni

marginari operativi?

M.C.: I prodotti certificati consentono un margine più interessante. Ma la vera attenzione deve essere alla contrattazione: perché senza programmazione e senza cura nella stipula dei contratti è difficile ottenere prezzi stabili.

iFerr: A suo avviso un rivenditore che non ha in assortimento stufe, ha comunque motivo di vendere pellet?

M.C.: In realtà si tratta di due mercati non necessariamente congruenti. Abbiamo diversi clienti che per scelta hanno deciso di puntare solo sul pellet, perché più semplice da vendere, di fatto. Proponere le





in legno, mentre per ottenere la massima resa e facilitare la distribuzione uniforme del calore, è utile individuare la parte più centrale dell'abitazione. L'ambiente dove installare una stufa a pellet, secondo la legge, non deve contenere apparecchi a gas di tipo non stagno e non deve avere ventilatori e aspiratori, tipo quelli da cucina, che possano mettere in depressione il locale. Non va dimenticata poi la posa di una piastra salvapavimento, nel caso questo sia di materiale infiammabile (parquet, moquette, ecc.).

In ogni caso la stufa deve essere posta ad almeno 5 cm dalla parete (15 cm nel caso questa sia infiammabile), mantenendo a una distanza di sicurezza di 40 cm mobili, tende o oggetti infiammabili. Per il collegamento alla rete elettrica, invece, bisogna assicurarsi che il cavo di collegamento alla rete e la sonda ambientale non siano in contatto con le parti calde della stufa. Prima dell'installazione, è importante accertarsi che la canna fumaria non sia ostruita o male installata. Esistono due tipi di stufe a pellet: ad aria e ad acqua. La prima, più economica e meno potente (da 6 a 15 Kw), diffonde calore per irraggiamento ed è adatta, in particolare,

per i piccoli appartamenti. La seconda anche detta termostufa, più costosa e potente (da 12 ad oltre 25 Kw), è invece consigliata per integrare un sistema di riscaldamento già in essere o nuovo, poiché, collegata alla caldaia, scalda anche l'acqua che alimenterà i radiatori e può generare acqua calda sanitaria. Le stufe ad acqua, inoltre, possono essere utilizzate insieme ai pannelli termosolari, permettendo un notevole risparmio energetico ed economico.

SEMPLICE E FUNZIONALE

La stufa a pellet necessita di poche e semplici operazioni di pulitura e manutenzione. Per il primo aspetto, basta aspirare giornalmente il piano fuoco, svuotare il cassetto cenere, se presente, e pulire periodicamente il vetro con un panno umido. Per il secondo aspetto, è consigliabile ogni anno rivolgersi a un tecnico abilitato per la revisione generale dell'impianto e la pulizia della canna fumaria. Tra le varie operazioni previste: l'ispezione dei cavi elettrici, del cavo di alimentazione e del canale da fumo; la verifica del tiraggio della canna fumaria; le pulizie dei componenti (display, ventilatori,

stufe infatti vuol dire essere organizzati anche per l'installazione e la manutenzione, o per lo meno avere dei riferimenti affidabili, tra gli artigiani della zona. E poi bisogna dotare il punto vendita di un reparto completo di accessori per la fumisteria. Non tutti i rivenditori hanno adeguata disponibilità di spazio e risorse, sia umane che economiche. Mentre invece con il pellet è tutto più semplice, a maggior ragione se si sceglie di assortire solo prodotti certificati.

iFerr: Resta sempre aperta la questione dell'ingombro, però!

M.C.: Certo, il pellet suo malgrado è ingombrante, pesante e difficile da maneggiare; al tempo stesso però è un richiamo importante per il cliente finale. Basti guardare il successo e la crescita dei fatturati nella grande distribuzione, anche quella generali-

sta e alimentare, per comprendere meglio il fenomeno commerciale. Anche in questo caso, il dettagliante può ricevere un supporto importante, in termini logistici, dal suo fornitore di fiducia. Per questo, oltre alle certificazioni, alla qualità intrinseca e della confezione, nel selezionare il prodotto non bisogna dimenticare mai la questione servizio.

iFerr: Senta, a proposito di certificazioni, cosa dobbiamo sapere?

M.C.: Le tre caratteristiche da controllare sempre sono: umidità, potere calorifico, e residuo cenere. Le certificazioni ENPlus A1 e ENPlus A2, riportano i valori all'interno dei quali è necessario essere ricompresi per ottenere la certificazione. Su questo tema è molto importante porre attenzione al numero della certificazione in quanto mol-

ti paesi in passato anche con le certificazioni DIN e DINPlus hanno "giocato". Internet è comunque uno strumento prezioso, per consultare gli enti preposti al controllo delle certificazioni.

iFerr: Per chiudere, c'è qualcosa che vuole dire ai nostri lettori, a proposito di pellet?

M.C.: Sola una considerazione: questo mercato è molto grande ma al contempo molto giovane. Questo ha generato tanta attenzione e un gran numero di improvvisati agenti, distributori e rivenditori. Attenzione allora al vostro interlocutore. Prima di tutto assicuratevi che abbia le credenziali e che operi con fornitori primari. In estate sono tutti bravi a vendere pellet, ma in inverno prevalgono solo i professionisti e i fornitori attrezzati sia nella produzione che nella logistica.

CHI RIESCE A VEDERLA?

Sono diventate oggetti di design. E la loro estetica è sempre più vicina alle tendenze più aggiornate.

In questa immagine ad esempio, riuscite a trovare la stufa automatica a pellet Denise, prodotta da Palazzetti?



serbatoio pellet, braciere, condotto fumi), nonché il collaudo funzionale della stufa.

UN SISTEMA ECOLOGICO

Le stufe a pellet rispettano l'ambiente più di altri tipi di riscaldamento, sempre che il legno usato sia di qualità, venga ricavato da boschi gestiti in modo sostenibile e che non arrivi da troppo lontano. Non tutti i pellet sono uguali, quindi. Molti sono i fattori da cui dipende la qualità del pellet: il tipo di essenza, la granulometria, il suo stato di conservazione, la modalità di manipolazione, la modalità di essiccazione, il processo di macinazione e di cubettatura (o pellettatura).

OCCHIO ALLA QUALITÀ DEL PELLETT

Se i pellet non sono di buona qualità daranno un rendimento basso e, pur avendo un costo minore, genereranno spese più elevate per il riscaldamento,

oltre a lasciare più cenere, incorrendo nel rischio di bloccare la caldaia. Riguardo alla materia prima, si tratta di scegliere il tipo di legno e di verificare che non contenga leganti sintetici, vernici o terra. L'eventuale presenza di tracce di metalli pesanti o residui di colla, oltre a essere dannosa per la salute e per l'ambiente, può compromettere il buon funzionamento della stufa. Difficile quindi dare una definizione univoca di prodotto migliore, esistono differenti tipologie di pellet, adatte più o meno a determinati utilizzi e tipi di stufe. Si può ad esempio controllare già in negozio che la confezione non contenga troppa polvere di legno, il che indicherebbe la tendenza a sgretolarsi eccessivamente (si veda il box con le caratteristiche e le eventuali verifiche del prodotto). Per quello che riguarda la scelta dell'essenza di legno, può dipendere dal tipo di stufa e da preferenze personali. Sinteticamente si può rilevare che il rovere produce



un pellet più scuro, fatica maggiormente ad accendersi rispetto al faggio e all'abete, ma brucia in modo più lento producendo più brace con una fiamma meno viva. L'abete invece si accende facilmente, funziona con ogni stufa, ma brucia velocemente. Una via di mezzo tra i due è rappresentata dal faggio.

NORMATIVE E CERTIFICAZIONI

Per le caldaie a legna non è obbligatoria la certificazione. Lo è invece per stufe e caminetti (EN 132229, EN 13240) e per le canne fumarie (EN 1443). In ogni caso, mancando la certificazione, non c'è garanzia sulla qualità e sul rispetto delle norme di sicurezza. Le norme di riferimento sono la Uni En 14785, del 2006 e diventata obbligatoria dal 2011, che specifica i requisiti relativi alla progettazione, fabbricazione, costruzione, sicurezza e prestazioni (efficienza ed emissioni), istruzioni e marcatura, oltre ai relativi metodi di prova e combustibili per la prova di tipo, per gli apparecchi per il riscaldamento a pellet, alimentati anche meccanicamente, con potenza termica nominale fino a 50 kW e la Uni 10683, datata 2012, che riguarda invece l'installazione (che deve essere eseguita da un tecnico abilitato), la verifica e la manutenzione degli impianti domestici a biomassa solida. Le uniche limitazioni, a livello nazionale, riguardano le normative di sicurezza e il rendimento energetico. Nessun blocco invece per quanto riguarda il possibile inquinamento. A livello regionale la situazione è differente: i regolamenti da rispettare sono diversi. Per esempio in Lombardia ci sono due tipi di limitazione. La prima è finalizzata

VISTI DAI BUYER



Arsenio Spinillo, buyer DFL – distribuzione ingrosso ferramenta

iFerr: Da quanto tempo avete in assortimento questa merceologia?

A.S.: Da circa 15 anni.

iFerr: Quali sono i vostri target di riferimento?

A.S.: Soprattutto negozi specializzati in termoidraulica e i generici di ferramenta.

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

A.S.: I fornitori sono in tutto un paio. Per le stufe abbiamo un rapporto consolidato con il gruppo

La Nordica-Extraflame, produttore di stufe che soddisfano completamente ogni esigenza del mercato: prodotti certificati, prezzi competitivi, design raffinato, affidabilità, tecnologia avanzata. Inoltre, assicurano un assortimento completo e abbastanza profondo di stufe a legna e pellet, con una buona affidabilità nelle consegne.





al risparmio energetico: è possibile accendere il riscaldamento solo nel periodo che va dal 15 ottobre al 15 aprile, per un massimo di 14 ore giornaliere. La seconda è finalizzata al risanamento della qualità dell'aria: nei comuni fino a 300 metri dal livello del mare, se sono presenti altri sistemi di riscaldamento, è vietato l'uso di legna da ardere nei mesi invernali per il riscaldamento casa. A livello nazionale non è obbligatorio certificare la qualità del pellet. Molti produttori, però, stanno aderendo volontariamente a certificazioni internazionali. In ogni caso è vietato vendere pellet in imballaggi anonimi, privi del nome del produttore e di qualsivoglia informazione sulla composizione oppure venduti sfusi.

PERCHÉ A PELLETTI E NON A LEGNA?

Certo, il fuoco generato dalla combustione della legna è più dolce suadente e affascinante. Quello invece generato dal pellet risulta piuttosto nervoso e

forzato. Chi sceglie o consiglia il pellet quindi, non ne fa certo una questione estetica.

Le stufe a pellet infatti presentano una serie importante di vantaggi tecnici e funzionali, che non possono essere trascurati.

1 - L'efficienza della combustione è superiore: permette di scaldare un ambiente con consumi e costi decisamente ottimali.

2 - Il pellet è di per se ecologico: inquinava pochissimo, tanto in combustione quanto in produzione. Il pellet infatti è frutto del riciclaggio degli scarti delle lavorazioni nobili dei legnami.

3 - Una stufa a pellet consente maggiore flessibilità di utilizzo: ha caricamento e accensione automatici, può essere programmata e anche gestita da remoto, è più veloce e pratica da pulire.

4 - Lo stoccaggio del combustibile è meno complesso e più pulito: il pellet si vende in sacchi, che si svuotano interamente nel serbatoio.

VADEMECUM (PER L'INSTALLAZIONE DI UNA STUFA)

- Scegliere l'apparecchio adatto all'ambiente da riscaldare;
- Realizzare, se non c'è, una canna fumaria;
- Posizionare la stufa in un ambiente adatto, centrale, ad almeno 5 cm dalle pareti e a 40 cm da mobili e oggetti infiammabili;
- Mantenere il cavo elettrico lontano dalle parti calde della stufa e il collegamento della rete sempre accessibile;
- Predisporre una piastra salva pavimento, se necessario;
- Controllare attentamente le tubature e il tiraggio;
- Svolgere le basilari operazioni di pulizia e manutenzione.



Insolita eleganza

Vescovi da oltre tre generazioni si occupa della progettazione e realizzazione di stufe, con grande attenzione alle novità. Qui presenta la stufa a pellet Agata, con un design che cattura l'attenzione grazie alla forma inclinata. L'interno in ghisa consente di sviluppare performance termiche e rendimenti altamente performanti, mentre il rivestimento esterno in ceramica oltre

a dare eleganze consente di trattenere il calore. Disponibile in vari colori e nella versione ad aria e canalizzata con predisposizione di serie dello scarico dei fumi superiore e posteriore. Dimensioni cm 58 x 51 x 105. Prezzo consigliato al pubblico: Agata aria euro 2.820,00 + IVA, Agata canalizzata euro 3.050,00 + IVA.

www.vescovicucine.com

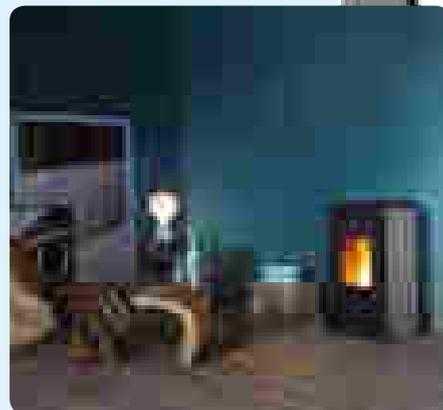


Versatilità

Rosita, presentata da Palazzetti è la nuova cucina economica a pellet che permette, con un unico prodotto, di scaldare la casa e riscoprire il piacere della cottura tradizionale, sana e genuina, senza rinunciare alla comodità del riscaldamento a pellet. Completamente automatica, programmabile su base giornaliera e settimanale, Rosita ha una lunga autonomia di funzionamento grazie al capiente serbatoio. Il focolare è interamente in ghisa e il calore dei fumi prodotti dalla combustione viene interamente recuperato, attraverso una speciale canalizzazione, per scaldare rapidamente sia la piastra che il forno. Potenza 8 kW, dimensioni cm 90x60x85h. www.palazzetti.it

Il piacere del silenzio

Mcz presenta quest'anno per il riscaldamento a pellet Lam, la stufa a pellet a convezione naturale, per un silenzio e un comfort totali, con originale rivestimento in maglia metallica. È realizzata con struttura in acciaio, top in alluminio nero e fianchi in un originale tessuto metallico traforato, oppure in acciaio o pietra. Con un kit opzionale, è possibile equipaggiare la stufa con il sistema di canalizzazione dell'aria Comfort Air, ideale per riscaldare più ambienti. Potenza 8 kW, dimensioni cm 52 x 107,8 x 45,6. www.mcz.it



Tra innovazione e design

Edilkamin, con la sua divisione Innofire propone al mercato diverse soluzioni di riscaldamento a pellet in risposta alle esigenze più moderne o tradizionali. La novità del 2014 è Ginny, la stufa a pellet con struttura in acciaio e rivestimento in acciaio verniciato in due varianti di colore. La porta e il top sono in ghisa; ha 3 possibilità uscita fumi: laterale sinistra, posteriore e superiore; programmatore orario settimanale; pannello sinottico sul top e focolare in vermiculite. Potenza 8 kW, dimensioni: cm 51x56x95h. www.innofire.it



Di noi ti puoi fidare

Machieraldo

Ferramenta & Casalinghi

Cotraggio

Garrett McNamara è entrato nel Guinness dei Primati surfando su un'onda alta ben **30 metri**, a Nazare in Portogallo.

Ci vuole **coraggio** per affrontare una simile impresa, lo stesso **che Machieraldo dimostra ogni giorno proponendo prodotti innovativi e sempre all'avanguardia.**

www.machieraldo.it - www.ferramentaecasalinghi.it

Machieraldo Gustavo S.p.A.

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

Tel. 0161 96044

Fax 0161 966770

E-mail: machieraldo@machieraldo.it



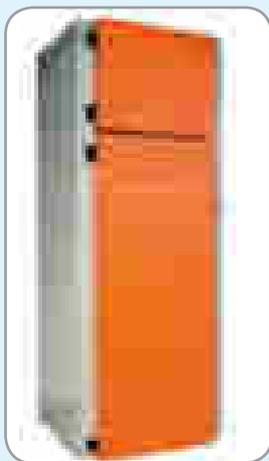
Alte performance

Il Gruppo Piazzetta presenta la stufa a pellet P958D, che grazie alla linea pulita e essenziale risponde alle preferenze attuali di minimalismo. Dotata del Multifuoco System di serie a 3 velocità, il sistema di ventilazione forzata che consente di scaldare

più ambienti, può diventare un vero e proprio impianto di riscaldamento per tutta la casa grazie ad un semplice sistema di canalizzazione. Telecomando multifunzione con display LCD e cronotermostato con programmazione giornaliera, settimanale e week end, piano superiore scorrevole per facilitare il carico del pellet e il sistema Energy Saving. Potenza 8 kW, dimensioni: cm 49 x 48 x 101h. www.piazzetta.it

Per i più esigenti

Pasqualicchio, azienda specializzata in soluzioni per il riscaldamento presenta la nuova caldaia Cantinola SV2 realizzata pensando a chi avendo spazi limitati in casa desidera sfruttare come zona caldaia luoghi quali garage, cantine o lavanderie. Cantinola SV2 è la caldaia con l'animo della termostufa. Sotto la pannellatura che copre tutta la struttura, infatti, si cela il corpo caldaia della termostufa.



La differenza sostanziale tra i due prodotti, è nella coibentazione, Cantinola SV2, infatti utilizza una parete con un elevato coefficiente d'isolamento, tale da limitare al minimo la percentuale di calore dispersa. Un prodotto quindi che sostituisce la caldaia tradizionale e che può essere gestito commercialmente a catalogo senza necessariamente esporlo o averlo a magazzino.

www.ctpasqualicchio.it

Una personalità eclettica

La Nordica Extraflame presenta nella sua ampia gamma di stufe Ilenia, la stufa a pellet canalizzata. Rivestita in maiolica è disponibile in bianco, bordeaux e nero. Le sue caratteristiche principali: ventilazione forzata, focolare in ghisa estraibile, scambiatore di calore con sistema di pulizia manuale, termostato di sicurezza, termostato interno, predisposizione per termostato esterno (TA), cronotermostato settimanale, telecomando, canalizzazione fino a 6 mt. e scarico fumi tramite 1 uscita Ø80 posteriore, superiore o laterale destro. Potenza 8 kW, dimensioni: cm 70,5x105,7x29,7. Prezzo consigliato al pubblico euro 2200 (IVA compresa). www.lanordica-extraflame.com

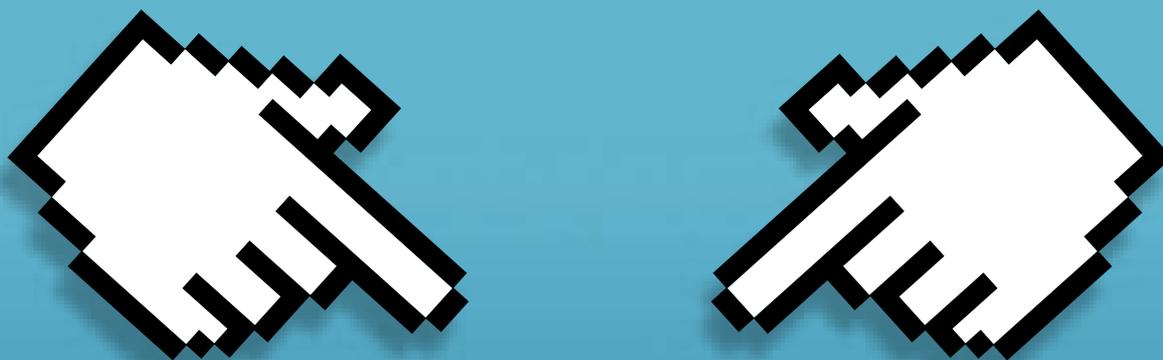


La mia prima stufa

ProntoCaldo è il nuovo marchio di Pasqualicchio dedicato ai giovani che entrano per la prima volta nel mondo dei pellet. Presenta una nuova collezione di stufe a pellet ventilate con un'ampia scelta di modelli originali e convenienti con differenti potenze (6-8-10-12 kW). Tra questi segnaliamo la stufa Dolce-Vita Air con i bordi curvilinei, disponibile in due diverse varianti di colore: Bianco Ivory e Bordeaux Barrique. www.ctpasqualicchio.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.



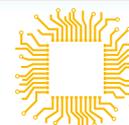
Se siete già arrivati a questo punto perchè non avete tempo di leggere tutto, allora chiamateci, sappiamo già cosa vi serve.

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

Guarda la demo su: ferramenta.intempra.com



**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



4 X per la nuova Bmw



È il secondo incrocio tra SUV e coupé firmato Bmw, dunque un crossover nel vero senso della parola che fonde generi diversi e apparentemente inconciliabili, ma che in realtà ha originato un inedito concetto di auto sportiva, un nuovo paradigma di sport e utility.



Crossover, ovvero fusione tra SUV e coupé

La X4 che replica il concetto della più grande X6, amata o odiata senza vie di mezzo, nata nel 2008. Ora la casa bavarese replica, in un formato più compatto e dimensioni più contenute, con la X4. La fiancata esibisce una novità assoluta. La classica nervatura laterale Bmw è ripartita in due linee: la prima si impenna dai passaruota anteriori e termina sulle maniglie della porta dietro, mentre una nervatura posteriore conferisce tono muscolare ai passaruota posteriori. Con prezzi tipicamente Bmw (da 50mila a 67mila, optional esclusi) la X4 è offerta con tre motori a benzina TwinPower Turbo e altrettanti diesel all'interno di un range di potenze compreso fra 184 e 313 cavalli. La gamma benzina parte dalla xDrive 20i da 184 cv, e prosegue con la 28i, che monta il medesimo motore da 1.997 cc con 245 cavalli. Al vertice un classico sei cilindri in linea alla bavarese: il 3 litri da 306 cavalli che da vita alla 35i. La famiglia delle X4 a gasolio è invece composta dalla





20d con il quattro cilindri da 190 cavalli e da due versioni (30d e 35d) che sotto il cofano vantano un tremila 6 cilindri declinato in due livelli di potenza 258 e 313 cavalli. La trazione è ovviamente integrale secondo lo schema intelligente Xdrive della marca di Monaco. Di serie ci sono lo sterzo sportivo a gestione elettronica variabile e driving mode (sono quattro: EcoPro, Comfort, Sport - Sport+) per trasformare il carattere della macchina. La visibilità anteriore è senza grosse pecche, quella posteriore è invece già più critica e in manovra meno male che

c'è l'ormai imprescindibile telecamera. Il tutto è corroborato da comfort e spazio in abbondanza. Anche per i bagagli visto che come minimo ci sono 500 litri a disposizione. Livello costruttivo e finiture sono aderenti alla tradizione Bmw: eccellenti ma non maniacali. Bella, ma fin troppo seria la plancia, dove domina il display del sistema di infotainment che può essere potenziato con ConnectedDrive, i servizi interconnessi con tanto di musica in streaming. La lista degli optional è inevitabilmente sterminata.



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

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.

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.

iProtagonisti di **iFerr** magazine

Nuovo Catalogo **ECEF**



Ecef storica azienda di Peschiera Borromeo (Mi), riferimento per strumenti e utensili da taglio e per forare, indirizzati a ferramenta, industria, edilizia presenta il nuovo catalogo in uscita per i primi di luglio 2014. La copertina è stata concepita e disegnata per dare un omaggio alla lunga storia dell'azienda, che dal 1939 ha visto moltissimi suoi cataloghi diventare un vero e proprio manuale tecnico nell'utensileria da taglio, consultato in tutte le parti del mondo. Grazie alla sua presenza

internazionale tutti gli articoli e spiegazioni tecniche sono tradotti in 6 lingue, e la novità di quest'anno è la settima lingua, il russo. Sono presenti decine di novità e articoli nuovi, segno che Ecef, pur rimanendo legata indissolubilmente alla sua tradizione, ha il continuo obiettivo di evolvere utilizzando nuove tecnologie sia nel campo della meccanica che nell'edilizia. Per richiedere una copia basta inviare una mail a info@ecef.it o andando sul sito www.ecef.it per poter scaricare la versione online.

SOMMARIO

I protagonisti di questo numero:

pag. 88 - BOT LIGHTING



pag. 90 - CIFO



pag. 94 - ITALFELTRI



pag. 94 - ELEMATIC





BOT LIGHTING

Tecnologia *per l'ambiente*

Innovazione e offerte personalizzate, le carte vincenti di Bot Lighting azienda di riferimento nel settore dell'illuminotecnica, da oltre trent'anni sul mercato.

Bot Lighting nasce nel 1982 nell'entroterra veneziano. Distribuisce in esclusiva il marchio finlandese Airam e i marchi Shot e Narva. Nel corso degli anni ha dato vita ad un progetto di grande efficienza e continuità tanto da divenire un partner affidabile per tutto il settore dell'illuminotecnica in Italia.

La dedizione continua all'innovazione e lo studio accurato del design, le hanno permesso di sviluppare un'ampia gamma di sorgenti luminose tecnologicamente molto avanzate in grado di soddisfare il consumatore più esigente. Efficienza, risparmio energetico e eco-compatibilità sono i valori fondamentali dell'azienda accompagnati da **una ricerca**

“Oggi la vera punta di diamante sono le innovative soluzioni luminose a Led diventate il fulcro dominante della produzione”



costante di prodotti pratici, ergonomici e con un buon rapporto qualità prezzo. Grazie a questa strategia Bot Lighting ha acquisito posizioni sempre più rilevanti sul mercato, consolidate da un marketing attento nel monitorare i segnali di cambiamento, da un'offerta di prodotti flessibili e una logistica efficiente. Il comparto logistico infatti offre un rapido servizio di consegna e grazie alla professionalità di personale qualificato, l'azienda è in grado di dare al cliente un'ottima assistenza pre e post vendita. Venti sono le agenzie e circa 2000 i distributori capillarmente sparsi in tutto il territorio nazionale. Oltre al settore elettrico, **un occhio di riguardo viene dato al settore della ferramenta con uno studio mirato a soddisfare le esigenze territoriali del punto vendita.**

LA NUOVA GENERAZIONE DI LAMPADE A LED

La continua ricerca di una tecnologia avanzata con l'obiettivo principale di ridurre le emissioni inquinanti e un design dalle forme eleganti ed essenziali, hanno permesso a Bot Lighting di proporre una vasta gamma di prodotti di altissima qualità ed efficienza. 1500 sono gli articoli proposti

“Vengono organizzati periodicamente, presso i distributori, incontri tecnici e commerciali per valutare insieme le strategie da seguire”

per uso civile, industriale e domestico. Oggi la vera **punta di diamante sono le innovative soluzioni luminose a Led a marchio Shot**, diventate il fulcro dominante della produzione. I punti di vantaggio sono consistenti, innanzi tutto il ridottissimo consumo energetico e la tecnologia ecosostenibile, grazie all'assenza di sostanze dannose per l'ambiente. A seguire la lunga durata, con **riduzione dei costi di manutenzione**, di materiali utilizzati e di rifiuti prodotti e la flessibilità d'impiego che permette di spaziare con un'ampia gamma di forme che rende unici ed originali gli spazi illuminati. Bot Lighting ha sviluppato una nuova generazione di lampade a Led decorative e spot per uso domestico e professionale, che raggiungono la classificazione A+ e A++,

grazie anche ad una perfezionata progettazione termica. Novità assoluta sono i nuovi prodotti a Led per sistemi ad incasso Downlight Led e Spot Led.

Importante l'impegno di Bot Lighting nel **promuovere l'innovazione dei propri prodotti**. A tale scopo, vengono organizzati periodicamente, presso i distributori, incontri tecnici e commerciali per valutare insieme le strategie da seguire, inoltre gli agenti supportano il punto vendita nella **promozione del prodotto, curandone anche l'esposizione**, attraverso espositori in cartone e metallo da terra o da banco dotati di crowner personalizzati e con materiale informativo come cataloghi e brochure.
www.botlighting.it



CIFO

L'amore per il verde *dà i suoi buoni frutti*

Dal 1965 Cifo è un indiscusso punto di riferimento per il mondo del giardinaggio e dell'agricoltura grazie alla capacità di offrire soluzioni per ogni esigenza. Qualità, ambiente, sicurezza le sue parole d'ordine.

I mercato dei prodotti per il giardinaggio è tra quelli che meglio hanno reagito alla crisi economica degli ultimi anni ed ha anzi registrato performances positive. Abbiamo chiesto a Vincenzo Abbondanza, responsabile marketing di Cifo che da quasi 50 anni (nel 2015 dice con orgoglio Abbondanza) offre soluzioni per la nutrizione, la cura e la difesa del verde, di raccontarci di questo mercato e del successo dell'azienda.

iFerr: Parliamo di un mercato in crescita, ci dia qualche numero.

V.A.: Gli appassionati di giardinaggio crescono di anno in anno così come cresce l'offerta di prodotti a loro dedicati, anche sull'onda di alcune nuove tendenze che si stanno affermando. Si parla ormai di oltre 6 milioni di orti

“L'attività di comunicazione e di informazione nei confronti del consumatore è un fiore all'occhiello dell'azienda, che da sempre è impegnata nel promuovere la cultura e l'amore per il verde.”



domestici presenti nelle città e di un ritorno all' amore per la natura ed i suoi prodotti da parte di un pubblico sempre più numeroso ed appassionato: 18,2 milioni di famiglie italiane possiedono almeno una pianta in casa; 21 milioni di persone possiedono un giardino o un balcone; l'83% delle famiglie spende ogni anno denaro per il verde (mediamente 133 euro): questo significa che parliamo di un mercato in crescita, che offre ancora grandi possibilità di sviluppo.

iFerr: Quali sono i requisiti che un'azienda deve avere per cogliere queste opportunità?

V.A.: È necessario essere in grado di fornire prodotti di elevata qualità ed efficacia, soddisfare le richieste di un consumatore sempre più esigente e affiancare la distribuzione con professionalità, puntualità e un servizio post vendita costante. Cifo ha tutte queste caratteristiche e si candida ad essere il partner ideale per chi vuole ottenere il massimo di soddisfazione, offrendo ai propri clienti un prodotto che è garanzia di qualità e di risultato, beneficiando anche di una notorietà di marca ai massimi livelli per il settore. Inoltre la forza vendita, oltre 60 persone tra agenti e funzionari impegnati quotidianamente sull'intero ter-

“Saper soddisfare le richieste di un consumatore sempre più esigente e essere in grado di affiancare la distribuzione con professionalità, puntualità ed un servizio post vendita costante: queste le caratteristiche di Cifo”

ritorio nazionale, garantisce al consumatore una distribuzione capillare dei nostri prodotti.

iFerr: E per la gamma, quali sono i punti di forza di Cifo?

V.A.: Per ogni esigenza Cifo ha la soluzione più indicata, grazie ad un catalogo che spazia dai prodotti per la nutrizione generici a quelli specifici per singole piante, dai prodotti fitosanitari per la prevenzione e la cura di malattie e parassiti ai presidi medico chirurgici per la protezione della casa e della persona da insetti molesti.

iFerr: Servizio e comunicazione, quale è il vostro impegno?

V.A.: 50 anni di collaborazione con gli operatori del canale specializzato ci hanno

insegnato tanto e oggi siamo in grado di rispondere alle esigenze della nostra clientela con tempi di risposta davvero fulminei, a partire dalla spedizione della merce. L'attività di comunicazione e di informazione nei confronti del consumatore è un fiore all'occhiello dell'azienda, che da sempre è impegnata nel promuovere la cultura e l'amore per il verde, rivolgendosi al pubblico attraverso tutti i più importanti media: tv nazionali, periodici a grandissima diffusione, riviste specialistiche, social media oltre alla diffusione di proprie pubblicazioni come la storica Guida Verde. Tutto questo ha contribuito a fare di Cifo il marchio di riferimento per il settore e contribuisce a favorire la costante crescita di una realtà tutta italiana. www.cifo.it



ITALFELTRI

Evolvere *per semplificare*

Un'azienda che ha saputo mantenere ed incrementare le sue quote nel mercato grazie alla capacità di evolvere e il coraggio di affrontare nuove sfide: all'insegna della praticità e semplicità d'uso.

talfeltri è da anni un'azienda di riferimento nella produzione di feltrini, gommini paracolpi, copriforno, scivoli sottosedie, tappetini antiscivolo, ovvero quelle minuterie adesive - e non - dedicate al mondo del mobile, dell'arredamento e della cura della casa in generale. L'azienda è riuscita

a mantenere e soprattutto ad incrementare le proprie quote di mercato in tutti i settori, sia in ambito nazionale sia oltre confine.

LE SFIDE PER CRESCERE

Per supportare tale crescita la proprietà ha pianificato importanti investimenti, in termini di **capitale umano**, con l'assunzione di nuovi addetti commerciali e alla produzione, in termini di **spazio**, con l'acquisto di terreni circostanti per l'ampliamento del sito produttivo e di stoccaggio, ed infine in termini di **capacità**

“Practical Way è il brand di articoli appositamente studiati per il mondo domestico, l'obiettivo è la semplicità d'uso, la soluzione pratica, in molti casi l'invisibilità che diventa eleganza”



produttiva, inserendo macchine utensili e a controllo numerico di ultima generazione. Ruolo importante ha giocato l'acquisizione di alcune linee prodotte di una storica azienda lombarda: Italfeltri ha rilevato gli stampi dei meccanismi girevoli e dei sistemi di canalizzazione dei cavi, contribuendo alla salvaguardia del know-how italiano e mantenendo alcuni posti di lavoro. La seconda grande sfida che ha deciso di affrontare Italfeltri è stata quella di trasferire tutta la **qualità dei suoi prodotti**, frutto di test attenti e severi, solitamente rivolti ad un'utenza specializzata, anche al più vasto pubblico, quello che si affida **al mercato tradizionale del negozio di ferramenta**, del fai da te.

LA GAMMA: LE NOVITÀ ALL'INSEGNA DELLA PRATICITÀ

La spinta suscitata da questo fortissimo stimolo ha portato alla nascita di **Practical Way, il brand di articoli appositamente studiati per il mondo domestico**; l'obiettivo è la semplicità d'uso, la soluzione pratica, in molti casi l'invisibilità che diventa eleganza. Practical Way è la gamma di prodotti confezionati più ampia presente sul mercato e comprende feltrini adesivi; gommini

“Trasferire tutta la qualità dei suoi prodotti, frutto di test attenti e severi, solitamente rivolti ad un'utenza specializzata, anche al più vasto pubblico, quello che si affida al mercato tradizionale del negozio di ferramenta”

paracolpi adesivi; copriforo adesivi; scivoli sottosedie in feltro, plastica, metallo, ptfе, con chiodo, vite o adesivi; puntali calzanti per sedie; tappetini antiscivolo; biadesivi. Il 2014 si è aperto con la rinnovata partecipazione alla Fiera di Colonia, centrando l'obiettivo di consolidare la presenza in Europa, aumentare la penetrazione in Asia, Africa e Oceania ed entrare nel mercato nordamericano, facendo così di Practical Way un brand distribuito a livello mondiale. Nella suggestiva esposizione, hanno trovato spazio due importanti novità. Gli scivoli sottosedie in ptfе sono ora disponibili in nuove forme e tipologie; ai già esistenti scivoli col chiodo e adesivi, si affiancano **gli scivoli con vite**, disponibili in diversi diametri **e gli scivoli**

adesivi fustellati, di spessore sottile per soluzioni a scomparsa. New entry nella linea sono invece **i puntali, in pvc e in pvc costampato col feltro**: i puntali in pvc rigido garantiscono un ottimo scivolamento su qualsiasi superficie, anche sui tappeti e sulle moquette. Evitano lo stridio sui pavimenti lisci e permettono alle sedie di spostarsi senza problemi anche sopra i tappeti. I puntali in pvc costampato col feltro sono trasparenti e discreti ed evitano il fastidioso rumore del metallo sulle mattonelle e pericolose rigature. Altro importante tassello è la ristrutturazione dell'ufficio ricerca&sviluppo, che sta già lavorando a un progetto destinato al mondo dei casalinghi che verrà lanciato a fine anno. www.italfeltri.com



ELEMATIC

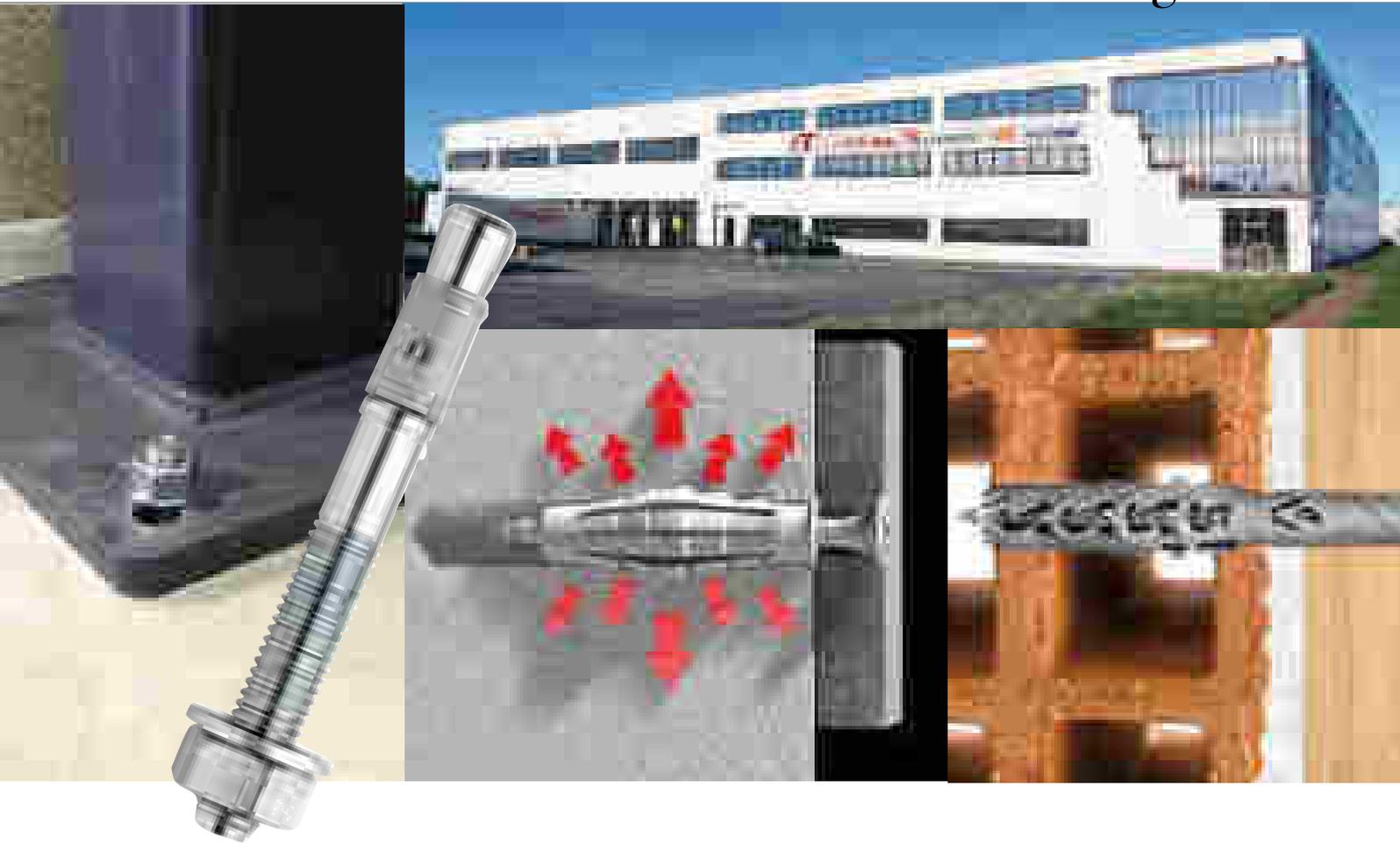
Ancorati *al servizio*

Ricerca & sviluppo, test europei, siti produttivi a ciclo continuo, gamma completa, costante ricerca dell'innovazione, rapidità di consegna, consulenza continua, promozioni mirate: i punti fissi di Elematic.

tw Construction Products Italy, presente sul mercato della ferramenta con il marchio Elematic ormai da più di vent'anni, sviluppa produce e distribuisce, su tutto il territorio nazionale, tramite una rete capillare di rivendite, **una gamma completa e vasta di prodotti e soluzioni legate alle applicazioni nel mondo del fissaggio e cablaggio.**

L'azienda, per soddisfare la crescente domanda, è strutturata con più siti produttivi organizzati su ciclo continuo, 24 ore su 24, 7 giorni su 7, che impiegano macchinari e presse con un elevato livello di automazione. Tutti **i prodotti nascono in Italia dal centro Ricerca & Sviluppo**, vengono poi **testati nei centri di ricerca ITW in Europa** prima di essere lanciati sul mercato internazionale.

“Uno dei fiori all'occhiello è rappresentato dalla forza vendita, agenti con esperienza e preparazione ad altissimo livello, sempre presente nel territorio per consigliare e supportare le scelte dei clienti”



IL SERVIZIO: ACCURATO E COMPLETO

Elematic è da sempre attenta a trovare la migliore collaborazione con i clienti: quotidianamente viene garantito un servizio logistico in linea con le esigenze della clientela, senza trascurare l'opportunità di trasferire conoscenza e informazione sui prodotti al personale addetto alle vendite. *"Per migliorare le performance sul fronte del **sell-out** - dice Lucia Faccia, responsabile marketing - l'azienda mette a disposizione **strumenti e iniziative per il punto vendita espressamente pensate per aumentare la visibilità di marchio e la possibilità di offerta del rivenditore. Nell'arco dell'anno vengono studiate e proposte campagne promozionali rivolte al cliente rivenditore o al cliente finale: la soddisfazione del cliente è l'impegno centrale dell'azienda***". A completare il servizio attento di Elematic: la velocità di consegna, la completezza di gamma e la qualità dei prodotti. E poi uno dei fiori all'occhiello è rappresentato dalla **forza vendita**, agenti con esperienza e preparazione ad altissimo livello, capitanati da Stefano Volpin, responsabile commerciale, sempre presenti nel territorio per **consigliare e supportare le scelte dei clienti**.

"Tutti i prodotti nascono in Italia dal centro Ricerca & Sviluppo, vengono poi testati nei centri di ricerca ITW in Europa prima di essere lanciati sul mercato internazionale"

LE NOVITÀ DELLA GAMMA

Nell'ambito del **fissaggio leggero**, a fianco del noto e collaudato T6, il tassello a 6 lati di espansione, ideale per tutti i materiali di supporto, l'azienda ha recentemente lanciato sul mercato il **T66, l'innovativo ancorante prolungato ad applicazione passante**, pensato per fissaggi non strutturali multipli su calcestruzzo, muratura e altri materiali di supporto (certificato secondo ETAG Q20). Dal punto di vista applicativo inoltre **T66 è l'ancorante plastico**, per impiego non strutturale, **testato e studiato anche sotto azioni sismiche** attraverso sperimentazioni su tavola vibrante (in collaborazione con l'Università degli Studi di Padova). Tra i **fissaggi strutturali il tassello ETDIII** rappresenta l'evoluzione dell'ancorante metallico a fascetta di espansione con performance elevate per

applicazioni strutturali e di sicurezza, particolarmente indirizzato al fissaggio affidabile di impianti e reti di impianti. Nel mondo del **cablaggio**, la vera novità è la **fascetta 2-LOCK**, rivoluzionaria con doppio dente in acciaio inox AISI 316, presentata sul mercato proprio in questi giorni. L'innovativo sistema di chiusura a gabbia sovrastampata in acciaio inossidabile garantisce prestazioni meccaniche eccellenti; 2-LOCK coniuga la più alta resistenza allo sgancio con il più basso sforzo di inserimento, ridefinendo standard prestazionali più elevati. Eccellenza tecnica, facilità di utilizzo, installazione a bassissime temperature, massima affidabilità, packaging innovativo fanno della fascetta 2-LOCK il nuovo riferimento sul mercato delle fascette in poliammide.

www.elematiccablingsystems.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 o scrivi a 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
www.iferr.com

Media Partner
www.crsi.it



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

In alternativa collegati a 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 Ercolea, 11
20122 Milano
Tel: 02 72 08 00 52
e-mail: info@iferr.com
web: www.iferr.com

Direttore Responsabile
Roberto Galimberti

Direttore Editoriale
Sebastian Galimberti

Coordinamento Editoriale
Camilla Fiorin

Grafica
Ivan Roman
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

Ufficio Commerciale
Giorgio Ronchi
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

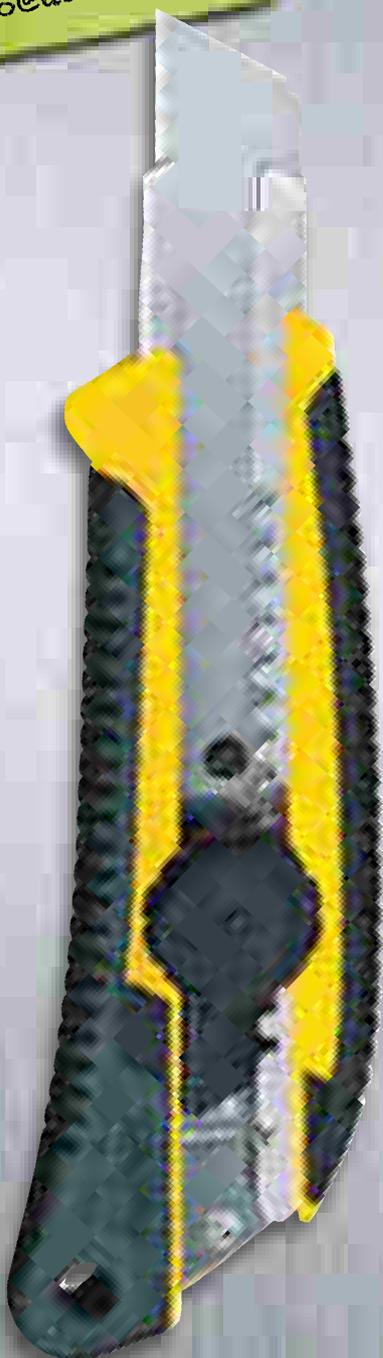
Tajima

Since 1909

Distributori
ufficiali
per l'Italia:
ULLMANN
Genova
e-mail:
info@ullmann.it



Da oltre 100 anni
produttori
d'eccellenza



L'ALTO LIVELLO DELLA
PRODUZIONE GIAPPONESE
GARANTISCE OTTIME
PRESTAZIONI DI TAGLIO
PER LA GIUSTA
COMBINAZIONE DI:

qualità di materie prime
acciaio di grande purezza
perfetta affilatura e geometria
degli angoli delle lame
speciale processo di temperatura
per massima durata

Certificazioni di qualità



Hai perso la
Bussola?



Pastorino Expert

Utensileria professionale per gli esperti del settore

