



iFerr magazine

com'è fatto?

online.com N.17 / ANNO 2014

Publicazione mensile

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



Hai perso la Bussola?



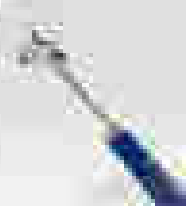
Pastorino Expert.
Utensileria professionale per gli esperti del settore.

















www.pastorinoexpert.it

prabos

AI TUOI PIEDI PER VOCAZIONE.
SINCE 1860



MADE FOR YOUR
PROTECTION



PRABOS PLUS ITALIA

Tel. +39 331.6832667 - E-mail: prabositalia.fin@gmail.com

SINCE 1860



Generatori d'aria calda



Aspirapolveri, aspiraliquidi professionali



Idropultrici ad acqua fredda



Idropultrici ad acqua calda



Deumidificatori professionali e domestici

SU QUALE STRADA STAI PORTANDO LA TUA AZIENDA ?

PASSATO

INNOVAZIONE

SE HAI SCELTO **INNOVAZIONE**

STAI ANDANDO VERSO IL
NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO PER IL
DISTRIBUTORE DEL FUTURO:

acquistare bene | **gestire bene** | **vendere bene**

Ottimizzazione
delle
scorte

Gestione
Magazzino
e Logistica

Analisi
dei Dati
di settore

Listini
Cataloghi
immagini
e allegati

Gestione
del Credito
Commerciale
innovazione
strumenti
di vendita

Comunicazione
innovativa



www.krino.it

ELEVATI STANDARD DI QUALITÀ COME RISULTATO DI UNA TECNOLOGIA D'AVANGUARDIA APPLICATA AL PROCESSO COSTRUTTIVO DEGLI UTENSILI DA TAGLIO. DA 30 ANNI KRINO PRODUCE E DISTRIBUISCE PRODOTTI AD ALTE PRESTAZIONI, NEL MASSIMO RISPETTO DEI VALORI DI SICUREZZA ED AFFIDABILITÀ.

UTENSILI PER ALTE PERFORMANCE

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

KRINO

CUTTING TOOLS ENGINEERING



Una sola batteria per una grande squadra

Gamma al litio



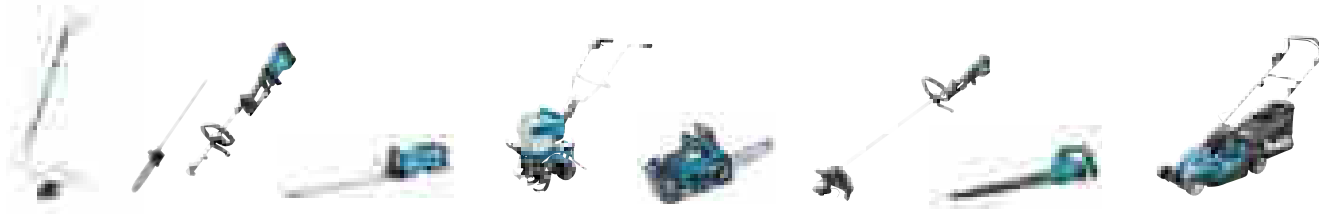
Makita
Garden



Si ringrazia la squadra Amici di Bergamo amante del calcetto 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



*Affidati a **Maestri**,
dal 1919 nei sistemi di fissaggio.*





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

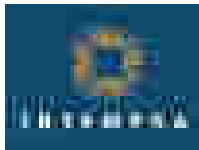
Se sei interessato a saperne di più scrivici a:

info@iferronline.com e sarai subito ricontattato



iPartner esclusivi di:

iFerr iFerr iFerr



iFerr magazine

iFerr

online.com



10	Il Punto A proposito di spending review
13	Lo sapevate che...?
14	iNews
22	iGiovani <i>Annibale Franzini</i> Francesco Franzini: Si viaggiare! ...Rallentare per poi accelerare, con un ritmo fluente di vita nel cuore... com'è fatto?
24	Come ti armo la bomboletta In Farmicol, ci hanno insegnato come si produce a regola d'arte una bomboletta spray di finitura zincante.
	iN primo piano
32	Fnaarc Metti l'agente al centro Fnaarc Lecco compie 50 anni, e per festeggiare ha organizzato un convegno che vuole essere momento di riflessione ma anche di provocazione.
36	Prabos Italia Nasce Prabos plus italia Prabos è una realtà storica della Repubblica Ceca, attiva nella progettazione e realizzazione di calzature speciali, da lavoro, di sicurezza, e da trekking.
	Persone
40	Unirsi per competere Andrea Lenotti: per progredire evolversi e ricominciare a crescere nei fatturati, la nostra filiera ha bisogno di sintesi e collaborazione.
44	Marketing trend Brigo io, da Brico io! A Novara il nuovo concept distributivo dell'insegna che fa capo a Marketing trend.
	iPartner
48	Studio Mario Silvano Tra dire e fare, c'è di mezzo... ...il responsabile di una forza vendita!

52 *Inventory management*
Gestione strategica scorte
Tutte le società distributrici di ferramenta hanno un ufficio acquisti, in cui troviamo spesso titolari o persone molto capaci, impegnate in mansioni poco gratificanti.

56 *Ersi*
Back to school!
Formazione professionale per serraturieri: ecco il calendario dei prossimi mesi.

60 *Intempra*
Vendere online: facciamo sul serio
Istruzioni per l'uso: i professionisti della comunicazione online, ci insegnano a fare business con Google adwords.

64 **Approfondimenti**
Italia Vs Bulgaria? 1-0
Grimaldello bulgaro, chiave bulgara, chiavistello bulgaro e chi più ne ha più ne metta. In realtà bulgaro non è.

75 **iRete**
Buone le intenzioni, ma...
Questa è la rubrica che analizza i siti web dei grossisti di ferramenta fornendo una valutazione percettiva ma anche tecnica.

78 **iTech**
La tecnologia che ha polso
Gli orologi di ultima generazione, detti anche smartwatch, stupiscono per intelligenza.

85 **iProtagonisti**
Nuovo catalogo Terry

86 *Keyline*
L'innovazione paga!
Nel giro di pochi anni questa azienda è diventata punto di riferimento nella progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici.

88 *Fervi*
L'attrezzo è servito
Cinquemila articoli di ferramenta, utensileria, strumenti di misura e di consumo, veicolati attraverso un catalogo e un sito che fungono da "consulenti".

90 *Biemmedue*
Generatori di business
Generatori d'aria calda e prodotti dedicati al clearing, sia professionale che per la ferramenta e utensileria.

92 *Quadrifoglio distribuzioni*
Avanti tutta!
Specializzata nella distribuzione di strumenti per la programmazione di chiavi e telecomandi auto, è un'azienda in costante evoluzione.

94 *Ineco*
Un colpo di spazzola
Un servizio attento per soddisfare le richieste più specifiche e un catalogo ampio e articolato che si arricchisce con una nuova linea di spazzole.

IN primo piano



Unirsi per Competere!

Un progetto, insieme a distributori e rivenditori del settore, in vista degli obiettivi di crescita del 2014. In un'ottica di sviluppo e collaborazione, il Gruppo di Roberto Lovati, direttore del settore...

TRE COSE CHE IL GROSSISTA NON DEVE FARE

1. Non fare il prezzo

2. Non fare il cliente

3. Non fare il servizio

4. Non fare il magazzino

5. Non fare il trasporto

6. Non fare il cliente

7. Non fare il servizio

8. Non fare il magazzino

9. Non fare il trasporto

10. Non fare il cliente

11. Non fare il servizio

12. Non fare il magazzino

13. Non fare il trasporto

14. Non fare il cliente

15. Non fare il servizio

16. Non fare il magazzino

17. Non fare il trasporto

18. Non fare il cliente

19. Non fare il servizio

20. Non fare il magazzino

21. Non fare il trasporto

22. Non fare il cliente

23. Non fare il servizio

24. Non fare il magazzino

25. Non fare il trasporto

26. Non fare il cliente

27. Non fare il servizio

28. Non fare il magazzino

29. Non fare il trasporto

30. Non fare il cliente

31. Non fare il servizio

32. Non fare il magazzino

33. Non fare il trasporto

34. Non fare il cliente

35. Non fare il servizio

36. Non fare il magazzino

37. Non fare il trasporto

38. Non fare il cliente

39. Non fare il servizio

40. Non fare il magazzino

41. Non fare il trasporto

42. Non fare il cliente

43. Non fare il servizio

44. Non fare il magazzino

45. Non fare il trasporto

46. Non fare il cliente

47. Non fare il servizio

48. Non fare il magazzino

49. Non fare il trasporto

50. Non fare il cliente

51. Non fare il servizio

52. Non fare il magazzino

53. Non fare il trasporto

54. Non fare il cliente

55. Non fare il servizio

56. Non fare il magazzino

57. Non fare il trasporto

58. Non fare il cliente

59. Non fare il servizio

60. Non fare il magazzino

61. Non fare il trasporto

62. Non fare il cliente

63. Non fare il servizio

64. Non fare il magazzino

65. Non fare il trasporto

66. Non fare il cliente

67. Non fare il servizio

68. Non fare il magazzino

69. Non fare il trasporto

70. Non fare il cliente

71. Non fare il servizio

72. Non fare il magazzino

73. Non fare il trasporto

74. Non fare il cliente

75. Non fare il servizio

76. Non fare il magazzino

77. Non fare il trasporto

78. Non fare il cliente

79. Non fare il servizio

80. Non fare il magazzino

81. Non fare il trasporto

82. Non fare il cliente

83. Non fare il servizio

84. Non fare il magazzino

85. Non fare il trasporto

86. Non fare il cliente

87. Non fare il servizio

88. Non fare il magazzino

89. Non fare il trasporto

90. Non fare il cliente

91. Non fare il servizio

92. Non fare il magazzino

93. Non fare il trasporto

94. Non fare il cliente

95. Non fare il servizio

96. Non fare il magazzino

97. Non fare il trasporto

98. Non fare il cliente

99. Non fare il servizio

100. Non fare il magazzino

iPartner



back to school

Il settore della scuola è un mercato in forte crescita, con un aumento del 10% del fatturato rispetto all'anno precedente. Le aziende del settore stanno investendo in nuove tecnologie e servizi per migliorare l'esperienza del cliente.

1. Non fare il prezzo

2. Non fare il cliente

3. Non fare il servizio

4. Non fare il magazzino

5. Non fare il trasporto

6. Non fare il cliente

7. Non fare il servizio

8. Non fare il magazzino

9. Non fare il trasporto

10. Non fare il cliente

11. Non fare il servizio

12. Non fare il magazzino

13. Non fare il trasporto

14. Non fare il cliente

15. Non fare il servizio

16. Non fare il magazzino

17. Non fare il trasporto

18. Non fare il cliente

19. Non fare il servizio

20. Non fare il magazzino

21. Non fare il trasporto

22. Non fare il cliente

23. Non fare il servizio

24. Non fare il magazzino

25. Non fare il trasporto

26. Non fare il cliente

27. Non fare il servizio

28. Non fare il magazzino

29. Non fare il trasporto

30. Non fare il cliente

31. Non fare il servizio

32. Non fare il magazzino

33. Non fare il trasporto

34. Non fare il cliente

35. Non fare il servizio

36. Non fare il magazzino

37. Non fare il trasporto

38. Non fare il cliente

39. Non fare il servizio

40. Non fare il magazzino

41. Non fare il trasporto

42. Non fare il cliente

43. Non fare il servizio

44. Non fare il magazzino

45. Non fare il trasporto

46. Non fare il cliente

47. Non fare il servizio

48. Non fare il magazzino

49. Non fare il trasporto

50. Non fare il cliente

51. Non fare il servizio

52. Non fare il magazzino

53. Non fare il trasporto

54. Non fare il cliente

55. Non fare il servizio

56. Non fare il magazzino

57. Non fare il trasporto

58. Non fare il cliente

59. Non fare il servizio

60. Non fare il magazzino

61. Non fare il trasporto

62. Non fare il cliente

63. Non fare il servizio

64. Non fare il magazzino

65. Non fare il trasporto

66. Non fare il cliente

67. Non fare il servizio

68. Non fare il magazzino

69. Non fare il trasporto

70. Non fare il cliente

71. Non fare il servizio

72. Non fare il magazzino

73. Non fare il trasporto

74. Non fare il cliente

75. Non fare il servizio

76. Non fare il magazzino

77. Non fare il trasporto

78. Non fare il cliente

79. Non fare il servizio

80. Non fare il magazzino

81. Non fare il trasporto

82. Non fare il cliente

83. Non fare il servizio

84. Non fare il magazzino

85. Non fare il trasporto

86. Non fare il cliente

87. Non fare il servizio

88. Non fare il magazzino

89. Non fare il trasporto

90. Non fare il cliente

91. Non fare il servizio

92. Non fare il magazzino

93. Non fare il trasporto

94. Non fare il cliente

95. Non fare il servizio

96. Non fare il magazzino

97. Non fare il trasporto

98. Non fare il cliente

99. Non fare il servizio

100. Non fare il magazzino

iTech



La tecnologia che ha polso

Il settore della tecnologia ha visto un aumento del 15% del fatturato rispetto all'anno precedente. Le aziende del settore stanno investendo in nuove tecnologie e servizi per migliorare l'esperienza del cliente.

1. Non fare il prezzo

2. Non fare il cliente

3. Non fare il servizio

4. Non fare il magazzino

5. Non fare il trasporto

6. Non fare il cliente

7. Non fare il servizio

8. Non fare il magazzino

9. Non fare il trasporto

10. Non fare il cliente

11. Non fare il servizio

12. Non fare il magazzino

13. Non fare il trasporto

14. Non fare il cliente

15. Non fare il servizio

16. Non fare il magazzino

17. Non fare il trasporto

18. Non fare il cliente

19. Non fare il servizio

20. Non fare il magazzino

21. Non fare il trasporto

22. Non fare il cliente

23. Non fare il servizio

24. Non fare il magazzino

25. Non fare il trasporto

26. Non fare il cliente

27. Non fare il servizio

28. Non fare il magazzino

29. Non fare il trasporto

30. Non fare il cliente

31. Non fare il servizio

32. Non fare il magazzino

33. Non fare il trasporto

34. Non fare il cliente

35. Non fare il servizio

36. Non fare il magazzino

37. Non fare il trasporto

38. Non fare il cliente

39. Non fare il servizio

40. Non fare il magazzino

41. Non fare il trasporto

42. Non fare il cliente

43. Non fare il servizio

44. Non fare il magazzino

45. Non fare il trasporto

46. Non fare il cliente

47. Non fare il servizio

48. Non fare il magazzino

49. Non fare il trasporto

50. Non fare il cliente

51. Non fare il servizio

52. Non fare il magazzino

53. Non fare il trasporto

54. Non fare il cliente

55. Non fare il servizio

56. Non fare il magazzino

57. Non fare il trasporto

58. Non fare il cliente

59. Non fare il servizio

60. Non fare il magazzino

61. Non fare il trasporto

62. Non fare il cliente

63. Non fare il servizio

64. Non fare il magazzino

65. Non fare il trasporto

66. Non fare il cliente

67. Non fare il servizio

68. Non fare il magazzino

69. Non fare il trasporto

70. Non fare il cliente

71. Non fare il servizio

72. Non fare il magazzino

73. Non fare il trasporto

74. Non fare il cliente

75. Non fare il servizio

76. Non fare il magazzino

77. Non fare il trasporto

78. Non fare il cliente

79. Non fare il servizio

80. Non fare il magazzino

81. Non fare il trasporto

82. Non fare il cliente

83. Non fare il servizio

84. Non fare il magazzino

85. Non fare il trasporto

86. Non fare il cliente

87. Non fare il servizio

88. Non fare il magazzino

89. Non fare il trasporto

90. Non fare il cliente

91. Non fare il servizio

92. Non fare il magazzino

93. Non fare il trasporto

94. Non fare il cliente

95. Non fare il servizio

96. Non fare il magazzino

97. Non fare il trasporto

98. Non fare il cliente

99. Non fare il servizio

100. Non fare il magazzino



Alessandro Milan

**Se ne parla da mesi,
se ne parla ovunque,
se ne parla a gran
spropósito.
Ma a che punto siamo?
E in che direzione
dovremmo andare?**

*Alessandro Milan, giornalista e conduttore
di Radio 24, è il moderatore del prossimo
congresso di iFerr Day,
in programma a Milano,
il 2 Dicembre*



A proposito di Spending review!

L'idea

di approfondire le questione ci è venuta qualche giorno fa. Incontriamo un conoscente, e come al solito chiediamo: tutto bene? La risposta è fulminea: sarà anche bene, ma ieri ci hanno dato una nuova buona notizia. Ci vogliono togliere altri soldi, un 1% da destinare ai cassaintegrati. Guadagno 1.450 euro al mese e me ne tolgono 140! Non se ne può più! Due rapidi conti e chiediamo: ma come 140 euro? L'1% di 1.450 non è mica 14,5 euro?

Silenzio, poi di nuovo: vabbè, ma tra quelli che mi hanno tolto prima e gli aggiornamenti che non mi stanno dando...! E poi se la prendono sempre con gli stessi. Ai giudici vogliono ridurre le ferie e quelli minacciano scioperi; così, come al solito non se ne farà nulla! Il nostro conoscente è un comodo impiegato di concetto, presso una importante amministrazione pubblica! 14 mensilità garantite, nessun rischio di licenziamento, tanti benefit, un incarico che non fa sudare e la certezza di una dignitosa pensione, a fine corsa! Eppure si lamenta, coi tempi che corrono, per 14 euro al mese; guarda i benefici degli altri e non pensa proprio ai suoi. Allora una domanda ci sorge spontanea. Sarà mica che se non andiamo da nessuna parte con le riforme, è perché a noi italiani non piace proprio la parola *sacrificio*, a prescindere dalla sua portata oggettiva?

iFerr: Milan scusi, cosa ci dice lei, a proposito di spending review?

A.M.: Che a mio parere il problema sono gli italiani,

non l'Italia! Siamo un paese strutturato per caste e corporazioni; ciascuno ha la sua, io compreso, e nessuno di noi è seriamente e sinceramente disposto a metter in discussione la propria posizione. Se qualcuno tenta di toccarci, alziamo subito le barricate, a prescindere dalle situazioni, dalle reali necessità, dalle effettive opportunità ed emergenze.

iFerr: Eppure questo Presidente del consiglio parla di riforme e sembra mantenere un ottimo consenso.

A.M.: Perché ne parla, ma non le mette in pratica! Di fatto nulla si è concretamente mosso. Questo è il paradosso italiano. Ha consensi perché dichiara un sacco di belle intenzioni. Ma questi consensi li mantiene proprio perché non passa mai ai fatti, e così agendo non tocca gli interessi di nessuno, e lascia tutti belli sereni e tranquilli.

iFerr: Santa polenta! Detta così sembra una strada buia e senza uscita!

A.M.: E lo è, se non ci convinciamo tutti, ma proprio tutti, che è il momento dei sacrifici, ma di quelli veri. È ora di dire basta agli orticelli di casta o di categoria. Fino ad oggi gli interessi particolari di ciascuno di noi, hanno tenuto in scacco gli interessi generali della collettività. Così facendo l'Italia da anni ormai è in una situazione davvero pericolosa. E questo, c'è poco da fare, dovrebbe preoccuparci ben più degli eventuali punti percentuali di stipendio o pensione o remunerazione annua, che rischiamo di perdere, nel breve periodo!

 **INECO** JUMP IN BLUE!

NUOVA LINEA 2014

Spazzole per metalli



Lascia il segno.

INECO Industrial Methods Cutting Tools S.p.A.
Via W. Shakespeare, 15
20089 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 039 518108
Fax +39 039 5218281
E-mail: info@ineco.it



www.ineco.it

Lo Sapevate che...



+ 200%

Questo il salasso. In 3 anni infatti, le tasse sulla casa sono aumentate del 200%. Le imprese edili fallite sono **14.200**. L'Ance (Associazione nazionale costruttori edili) denuncia: dal 2007 nel settore delle costruzioni sono stati persi **800 mila** posti di lavoro.



3,8 Miliardi

Numeri da Gran Premio, per l'evento annuale a Monza. Il brand del Gran Premio d'Italia infatti, vale 3,8 miliardi, e nella settimana l'indotto diretto turistico è di circa 28,5 milioni.

Ad affermarlo, una ricerca della Camera di commercio di Monza e Brianza, basata sulla conoscenza e attrattività della manifestazione a livello nazionale e internazionale, flussi turistici generali e legati all'evento, rilancio della competitività economica del territorio.



50 Stand

Lo sapevate che il Italia chiamiamo fiere internazionali, eventi locali ai quali partecipano meno di 50 espositori? Un bel record, per un paese che avrebbe invece davvero tanto bisogno di non disperdere e sperperare risorse!

1.000!

Oltre i

Secondo uno studio effettuato dalla Cgia di Mestre - tenendo conto delle condizioni praticate dai principali istituti - la spesa media per un incasso via POS di 100 mila euro l'anno, varia infatti dai 1.183



euro previsti per chi si accontenta del modello base, ai 1.208 pagati da chi sceglie il POS cordless (senza fili), fino ai 1.240 versati da chi decide di avvalersi di un dispositivo Gsm. Cifre calcolate al netto, tenendo conto della deducibilità applicabile agli oneri in questione.

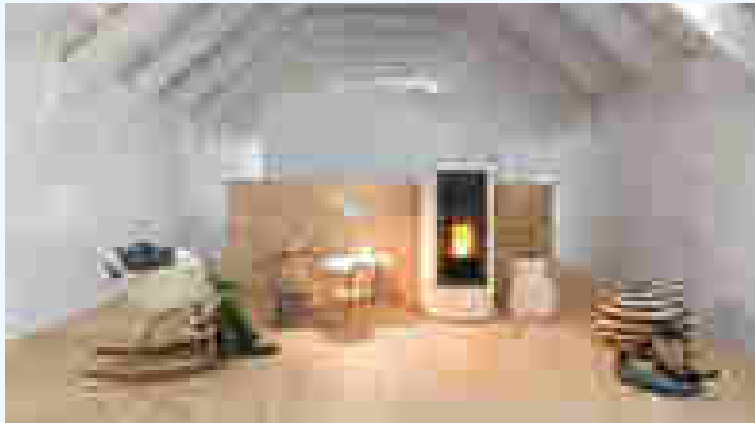
Per l'80%

Agli italiani piace cash. Nella vita quotidiana infatti, hanno l'abitudine di pagare in contanti. In una nota del Ministero per lo Sviluppo economico si legge: "il sistema italiano dei pagamenti si caratterizza per una maggiore incidenza delle transazioni regolate attraverso il contante, ben oltre l'80% del controvalore totale, rispetto agli altri principali paesi europei, dove non si supera il **60%**".



Silenzio ... parla il pellet!

Grande l'impegno di Mcz nel progettare e realizzare un riscaldamento a pellet che sia il più silenzioso possibile. E per questo sono fondamentali due elementi: il sistema di caricamento del pellet e la ventilazione. Tutta l'ultima generazione delle stufe Mcz ha ottimizzato queste due caratteri-



stiche per offrire prodotti che uniscono comfort e design. Club 2.0 è una stufa a pellet novità 2014, che presenta tre ventilatori regolabili in modo indipendente. E' realizzata con struttura in acciaio, top e fianchi in ceramica. Braciere in ghisa con sistema brevettato di avvio sicuro. Gestione intelligente della combustione e di serie la possibilità di escludere la ventilazione e il telecomando con funzione termostato ambiente. La versione Comfort Air è dotata di due uscite posteriori e tre ventilatori regolabili in modo indipendente tramite telecomando. Potenza 10 kW Air - 12 kW Comfort Air Dimensioni 59 x 114,6 x 54,7 cm. www.mcz.it

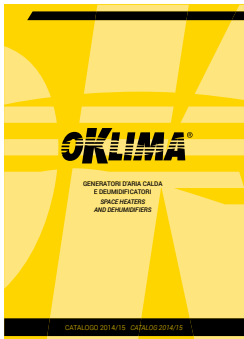
Detrazione fiscale 65% : si attende la proroga

La proroga fino al 31 dicembre 2015 della detrazione fiscale 65%, relativa agli interventi finalizzati alla riqualificazione energetica degli edifici viene data per scontata. Il provvedimento dovrebbe essere inserito nella legge di stabilità che dovrebbe essere varata intorno alla metà



di ottobre. Ipotizzata la possibilità di rendere permanente l'incentivo come già avvenuto per la detrazione fiscale 36% per i lavori di ristrutturazione (attualmente ad aliquota 50%). Più realistica al momento l'applicabilità dell'aliquota 65% anche sulle spese effettuate nel 2015; è all'esame del Governo – e sarà discussa nelle prossime settimane – la possibilità di estendere tale proroga anche alla detrazione 50%. www.angaisa.it

Nuovo catalogo Biemmedue



Biemmedue presenta il nuovo catalogo 2014/2015 Oklima. Generatori d'aria calda e Deumidificatori. È a Cherasco, in Piemonte, sede dell'azienda, dove nella struttura produttiva di 25.000 m2 vengono progettati e realizzati i generatori d'aria calda e i deumidificatori professionali a marchio Oklima.

Diverse le eccellenze di Biemmedue: una tecnologia progettuale d'avanguardia, grazie ai sistemi Cad-Cam e ad un laboratorio prove dotato di sofisticate apparecchiature di test e di collaudo; un sistema di produzione, 100% made in Italy, che consente un monitoraggio di tutte le fasi del processo; i magazzini dei prodotti finiti, della componentistica e dei ricambi sono sempre riforniti garantendo la spedizione entro le ventiquattro ore dall'ordine; le più rigorose procedure di controllo di qualità e di rispondenza ai più severi standard internazionali di rendimento e di sicurezza. Il nuovo catalogo è disponibile anche online.

www.biemmedue.com

Nuovo mouse Black+Decker

Black+Decker presenta la nuova levigatrice Mouse, prodotto che fin dal primo lancio nel 1999 è stato accolto con grande successo. Il nuovo modello con 120 Watt di potenza è efficace su mobili, finestre, porte in legno...



Agilità e potenza i suoi punti di forza: asporta vernici, toglie sporco su legno, leviga in maniera uniforme e precisa e raggiunge anche le superfici di difficile accesso grazie alla piastra a goccia ed al profilo per i dettagli, per raggiungere anche gli angoli più stretti. Il design con impugnature gommate consente un grande comfort riducendo al massimo le vibrazioni; inoltre il nuovo sistema di raccolta della polvere e un efficace sistema di filtraggio e protezione del filtro, mantiene il prodotto efficiente e performante nel tempo.

www.blackanddecker.it

www.youtube.com/watch?v=rku6s10U2pQ

www.facebook.com/blackanddeckeritalia

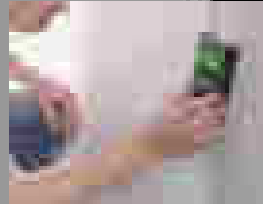
Moderna tecnologia di misurazione



MISURATORI DI UMIDITÀ

MoistureMaster

- Misurazione professionale dell'umidità dei materiali - rapida e non distruttiva tramite metodo capacitivo. L'oggetto misurato non viene danneggiato.
- 62 curve caratteristiche del materiale selezionabili: 56 tipi di legno e 6 tipi di materiali da costruzione (massetto di cemento, massetto anidritico, intonaco di gesso, calcestruzzo cellulare, calcestruzzo, blocco di calcestruzzo)
- Modalità INDEX
- Allarme WET (bagnato): la presenza di materiale bagnato non viene solo indicata dall'accensione del LED rosso, ma anche da un segnale acustico.
- L'indicatore LED di bagnato/asciutto indica subito il grado di umidità o di essiccazione del materiale misurato.
- Sistema MENU a 22 lingue



MultiWet-Master

- Scan non distruttivo della superficie e precisa misurazione spot dell'umidità del materiale. Misurazione del clima interno con determinazione del punto di rugiada.
- 2 metodi di misura: metodo di misura della resistenza, misurazione capacitiva (non distruttiva)
- Per la misurazione di 111 tipi di legno e 21 tipi di materiali da costruzione
- Misurazione della temperatura ambiente, dell'umidità relativa dell'aria e calcolo del punto di rugiada tramite sensore estraibile.
- Modalità INDEX universale: localizzazione dell'umidità indipendentemente dal tipo di materiale
- Programmabile indicatore LED a 12 barre di bagnato/asciutto per una verifica immediata.



Distribuito da:



Via A. Di Dio, 16 - 20010 Ossona (MI)
Tel. 02-90.29.72.34 - Cell. 335-69.43.334- benedetto@notab.it

Soluzioni pratiche

Bticino presenta una nuova linea di prodotti che rispondono in modo concreto ai bisogni quotidiani. Be Lux, Be Light e Be Usb hanno la stessa forma, un packaging unico ma diverse funzioni: una torcia estraibile, una luce on-off automatica e un adattatore Usb. Il design estremamente compatto li rende trasportabili ovunque e compatibili con tutti i tipi di presa. www.bticino.it



Un taglio perfetto



Si chiama A30S la mola da taglio di Abra Beta, azienda che da più di 30 anni produce abrasivi rinforzati ad impasto resinoido per la sbavatura e il taglio di tutti i materiali. Permette il taglio di acciai normali e medi legati e di ghise acciaiuse. Sezioni medio- grosse con smerigliatrici potenti (2400W), sezioni medio- piccole con smerigliatrici di bassa potenza (1800 – 200W). La velocità è alta ed è garantita una lunga durata del prodotto. www.abrabeta.it

I monitor del futuro

Futura è l'innovativa linea di monitor videocitofonici di Bpt, azienda di riferimento nella termoregolazione, citofonia, domotica e illuminazione a Led del gruppo Came. Futura presenta un ampio display a colori Tft Lcd da 7 pollici, per una notevole nitidezza dell'immagine, un design essenziale che con i colori bianco o nero si adatta ad ogni ambiente, e una profondità di solo 28 mm che permette l'installazione a parete, a incasso o con supporto da tavolo in plexiglass. Evoluto e facile da usare è disponibile in tre modelli. www.bpt.it



I progetti esemplari di Esab



Esab è un'azienda di riferimento nell'industria della saldatura e del taglio. Nel corso degli anni, ha contribuito alla realizzazione di opere in tutto il mondo. Con il lancio della pagina Iconic Stories su www.esab.com/iconic, Esab racconta i suoi progetti più rappresentativi, dallo stadio Maracanã, il gigantesco tempio del calcio fino alle soluzioni più avanzate di Titan Wind Energy per la produzione di energia pulita nel rispetto dell'ambiente. Le storie presentate mostrano l'importanza della tecnologia di saldatura e taglio Esab, utilizzata in ambienti lavorativi più svariati, dai fondali oceanici allo spazio. www.esab.com

La nuova gamma di chiudiporta aerei

Cisa presenta Professional Plus2 la gamma di chiudiporta aerei che offre soluzioni performanti e versatili nel ricoprire ogni possibile esigenza di installazione: da porte standard a porte ad alto traffico. Il design è semplice creato per rendere i chiudiporta Professional Plus2 applicabili ad innumerevoli situazioni. I prodotti sono robusti e affidabili, di facile installazione e adatti a porte standard e tagliafuoco. Disponibili in 6 versioni di finiture e colori (grigio argento, nero, bianco, gold, testa di moro, nero opaco).

www.cisa.com

www.cisa.com/IT/prodotti/Pages/Chiudiporta.aspx



Fasteners & Tools

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

RIVIT FASTENERS

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

TIRAINSERITI RIV998  Per inserti M3-M12 2 fasi	RIVETTATRICI RIV503  Per rivetti Ø 4.8
RIV938  Per inserti M3-M10 1 fase	RIV504  Per rivetti Ø 6.0-6.4
RIV938S  Per inserti M3-M6 1 fase	RIV536  Testa girevole 360°
RIV949  Per inserti M3-M12	RIV510B  Per rivetti Ø 10.0
RIV990  Per fori esagonali	RIV300  Per rivetti in cartuccia
RIV790 12V  Per inserti M3-M8	RIV750-760 12V  Per rivetti Ø 5.0
RIVETTATRICI E TIRAINSERITI MANUALI 	

P150113



Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

1973 2013

Rivit

QUALITÀ CERTIFICATA



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

La tecnologia che arreda

Si chiama Skin ed è il nuovo pannello radiante di Olimpia Splendid, una soluzione per il termoarredo, che unisce la massima efficienza termica a un mimetismo totale. Infatti, può essere personalizzato e dipinto con le stesse vernici utilizzate per le pareti, risultando perfettamente integrato nell'abitazione. Realizzato in conglomerato cementizio naturale e dotato di resistori in fibra di carbonio, che garantiscono una maggiore uniformità nella diffusione del calore e un'ottima inerzia termica, Skin si caratterizza per un funzionamento efficiente e per la riduzione dei consumi di energia elettrica. Disponibile in due modelli: 60 x 60 cm (potenza 350 W) 80 x 50 cm (potenza 450 W).

www.olimpiasplendid.it



Fila alla Library of Birmingham



Fila Surface Care Solutions, firma un altro importante intervento presso la nuova Library of Birmingham, la più grande libreria d'Europa. Una struttura high-tech, che si sviluppa su più di 10 livelli e contiene una collezione da un milione di libri. A Fila l'incarico di eseguire il lavaggio iniziale di 1800 mq di ardesia brasiliana posata in tutte le zone soggette al traffico nel piano terra. I prodotti scelti, Fila Cleaner ideale per pavimenti delicati come l'ardesia brasiliana e FilaW68, protettivo antimacchia, fanno parte di Fila Green Line, la gamma dei prodotti a basso impatto ambientale caratterizzati da soluzioni a base acqua, elevata biodegradabilità, alta concentrazione e rispetto delle normative di emissione cov (composti organici volatili).

www.filasolutions.com

Per un consumo intelligente



Il sistema domotico Chorus di Gewiss favorisce un uso più razionale dell'acqua per irrigare il giardino e dell'energia elettrica per l'illuminazione esterna. Il sistema Chorus gestisce in maniera autonoma anche i più sofisticati impianti d'irrigazione: se collegati all'impianto domotico basteranno pochi semplici passaggi per impostare in auto-

matico l'irrigazione del giardino utilizzando l'orologio programmatore installabile nelle placche del sistema domotico. Utilizzando la stazione meteo di Gewiss è inoltre possibile limitare il consumo di acqua nel caso di precipitazioni e, allo stesso, attivare l'illuminazione esterne a seconda delle reali condizioni di luce. www.gewiss.com

Nuovo catalogo Lampa

È uscito il nuovo catalogo di accessori per auto di Lampa: 880 pagine presentate in modo chiaro, moderno e accattivante. L'impostazione grafica è stata pensata per facilitare la ricerca degli articoli desiderati; un indice chiaro ed esaustivo ed un efficace sistema di suddivisione interna per famiglie di prodotti, prendono per mano l'utente, guidandolo con ordine e chiarezza tra le oltre 10.000 referenze disponibili. Sul sito www.lampa.it la versione online del catalogo.



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

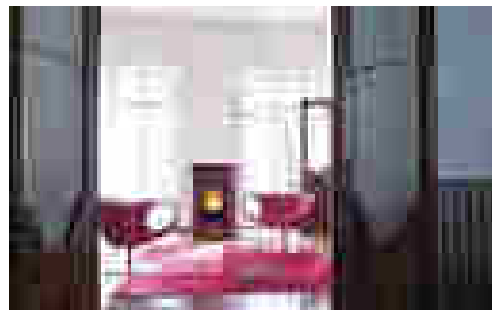
Forbici multifunzione



Fiskars, azienda finlandese di riferimento per i prodotti per la casa giardino e vita all'aria aperta presenta le nuove forbici multiuso Cuts+More. Il loro punto di forza: racchiudono molteplici funzioni in un unico prodotto diventando un ottimo alleato per lavori in casa e in giardino. Sono dotate di manici confortevoli ed ergonomici, la lama è rivestita in titanio tre volte più resistente dell'acciaio, la punta acuminata permette di forare cartoni o materiali di pelle. Il tutto con finiture di alta qualità.

www.fiskars.it

Fascino mitteleuropeo



Le stufe a pellet Leoni racchiudono tutta la tecnologia del pellet con rivestimenti originali che offrono la stessa pregiata fattura in ceramica artigianale, che si ritrova nei modelli a legna. Sono a convezione naturale (P/N) per distribuire il calore in modo naturale, senza bisogno di ventilazione forzata, silenziosamente. Nella versione idro permettono di riscaldare l'intera casa integrandosi con i termosifoni o l'impianto a pavimento. Marlene è una novità della gamma Leoni disponibile sia a convezione naturale che nella versione idro. Ispirata alla tradizione della maiolica mitteleuropea è semplice nella geometria dei volumi, e conserva il tipico disegno a piastrelle nordico, che ne scandisce la superficie in modo grafico e minimale. Potenza P/N 8 kW/h; P/I 22,3 kW/h (18all'acqua) Dimensioni 80 x 112 x 60 cm. Diverse le finiture.

www.sergioleoni.com

Nuova Gamma Utilia

Fratelli Vitale, importante azienda nel Centro-Sud Italia nella distribuzione di prodotti di ferramenta e abbigliamento da lavoro, presenta la nuova gamma di scarpe antinfortunistica a marchio Utilia. Prodotti che uniscono sicurezza e

comfort, caratteristiche ideali per chi lavora. Quattro i modelli per rispondere alle diverse esigenze: Scarpe Basse Taurus S1P SRC, Scarpe Alte Mod. Mythos S1P SRC, versione Bassa Sirio S1P SRC, Scarpe Alte Mod. Pegaso S3 SRC. Tutti i prodotti sono realizzati con soles in materiale antistatico e assorbente e rispettano le normative: EN 12568 (puntali in acciaio) ed EN ISO 20345:2011 (lamina antiperforazione). Per ogni approfondimento: www.fratellivitale.com



Goditi solo i vantaggi...



alla cenere pensiamo noi

Aspiraceneri Lavor: la gamma più completa del mercato per la pulizia di camini, stufe a legna, stufe a pellet e barbecue.



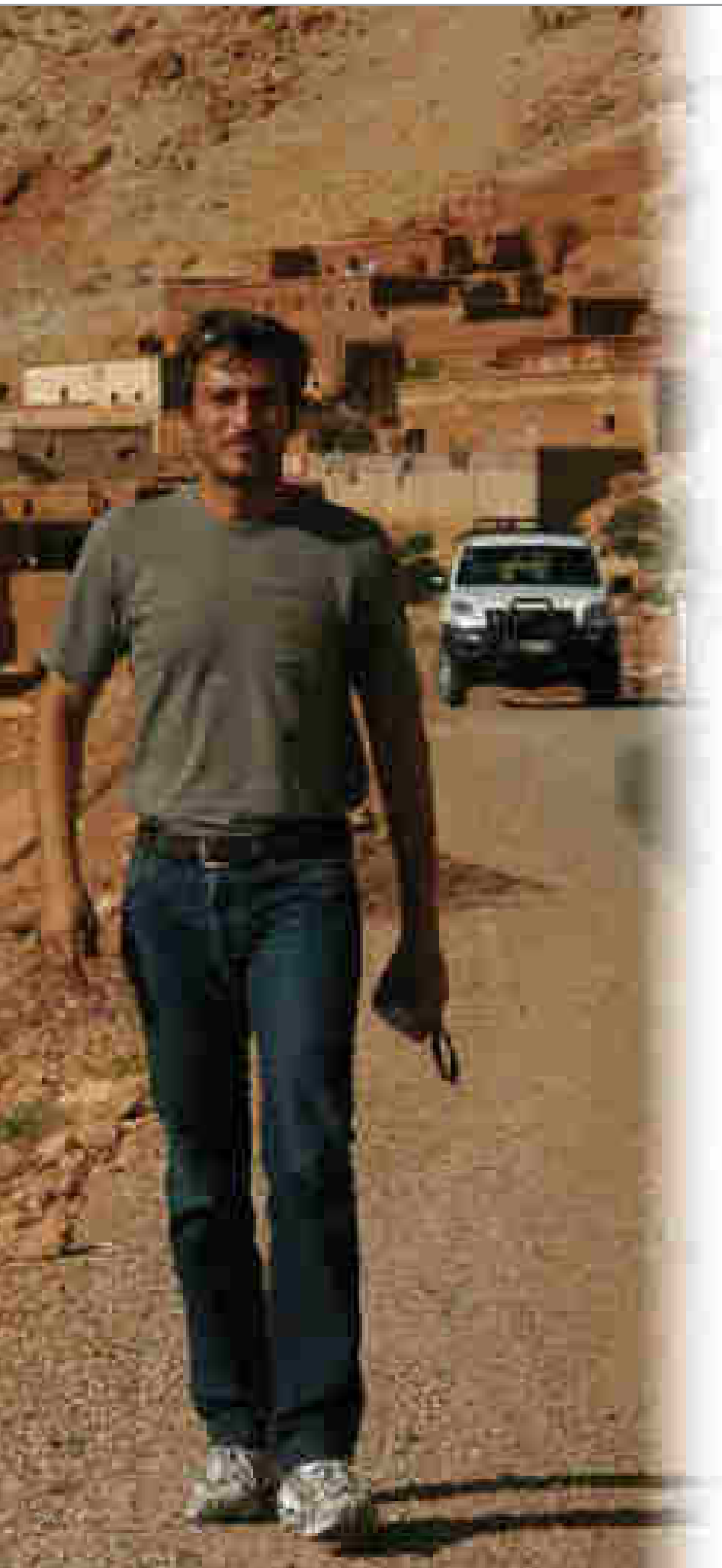
Qualità garantita.
rigorosamente Made in Italy



Lavorwash è
sponsor ufficiale
Parma F.C.

LAVOR

LAVORWASH S.p.A. J.F.Kennedy, 12 - 46020 Pegognaga (MN) Italy - Tel. +39 0376 55431
Fax +39 0376 558927 - E-mail: info@lavorwash.it - WebSite: www.lavorwash.com



Francesco Franzini:

... Rallentare per poi accelerare, con un ritmo fluente di vita nel cuore ...

Così recitava una vecchia canzone che Lucio Battisti ha scritto quando ancora Francesco Franzini, non era che un piccolo virgulto sgambettante. Eppure, alcuni passaggi sembrano proprio tagliati su misura per lui!

Sì, viaggiare!

Classe 1974, Francesco Franzini frequenta il liceo scientifico, poi si laurea in Economia a Parma. A questo punto prende la valigia e parte. Sta un anno negli Stati Uniti, a fare esperienza come stagista presso un gruppo di distributori all'ingrosso di ferramenta e utensileria. E quando torna ha davvero tanto da trasferire, all'azienda di famiglia, ma non solo.

iFerr: Francesco ci racconti: cosa ha fatto la differenza, nella sua formazione professionale?

EE: La mia formazione personale, credo. Senza quella, è ben difficile esprimere qualcosa di interessante e di nuovo, dal punto di vista professionale.

iFerr: Scusi ma cosa intende per formazione personale?

EE: Lo sviluppo e la crescita del pensiero, l'apertura mentale, la capacità di recepire interpretare e rielaborare gli stimoli, il confronto con mondi, persone e mentalità differenti, liberi da pregiudizi. Tutto questo è formazione personale indispensabile, per crescere anche sotto il profilo professionale.

iFerr: Va bene, ma dove e come si attiva questo processo formativo?

EE: Credo che il modo migliore sia quello di viaggiare, di muoversi, di uscire dal guscio, senza paura e senza paraocchi. E per viaggiare non intendo: aereo, bell'albergo, spiaggia, e bambagia tutto intorno. A fare la differenza è l'esperienza, quella autentica e diretta, per vedere capire e imparare. A me, l'anno negli Stati Uniti, è servito prima di tutto perché mi sono potuto calare davvero in una realtà umana inconsueta. Che mi ha aiutato a sviluppare un nuovo approccio alle cose. La formazione perfetta si compone di studio, lavoro e anche vita.

iFerr: A questo punto ci racconti: qual è la più eclatante differenza tra mercato italiano e mercato statunitense?

EE: L'approccio commerciale. Negli Stati Uniti i distributori all'ingrosso sono pochi e assai strutturati. La loro priorità assoluta è aiutare la distribuzione al dettaglio, asserragliata da una concorrenza schiacciasassi, a ritagliarsi uno spazio

commerciale nel quale non solo vivere, ma anche produrre business e utili. Così, si sono concentrati nella creazione di strumenti commerciali e marketing dedicati al sell-out dei loro clienti, andando a costituire una sorta di grande serrata alleanza di filiera, che vede grossisti e punti vendita uniti e compatti nel condurre un'unica battaglia condivisa.

iFerr: Mentre in Italia?

EE: In Italia siamo ancora un po' troppo concentrati sugli acquisti, sui prezzi e sul sell-in. Credo sia una questione di priorità e tempi di reazione. Ma qualcosa inizia a cambiare. Noi ad esempio ci stiamo muovendo con progetti concepiti proprio partendo dalle necessità commerciali dei nostri clienti. E quando dico noi, non mi riferisco solo alla mia azienda, ma anche a Ferritalia, gruppo del quale faccio parte.

iFerr: Come possiamo colmare questo gap evolutivo, secondo lei?

EE: Da un lato migliorando il rapporto fiduciario grossista-dettagliante, dall'altro lavorando in maniera più scientifica e meno empirica.

iFerr: Può chiarire i concetti, per piacere?

EE: Volentieri. I dettaglianti dovrebbero condividere con noi senza paura e senza reticenze, i loro dati di vendita. E noi dovremmo avere la forza e la costanza di assumere queste informazioni in maniera sistematica e metodica. Solo così si possono realizzare sintesi utili a produrre progetti concreti e duraturi. Un sell-out efficiente prevede: analisi, sintesi, creazione di uno strumento, collocazione dello stesso, monitoraggio puntuale dei risultati, loro analisi scientifica, ed eventuale correzione del tiro. Per ottenere tutto questo è fondamentale che grossisti e dettaglianti si fidino gli uni degli altri, e imparino a crescere insieme.

iFerr: I giovani quale contributo possono dare?

EE: Quello più importante! Perché i giovani, se di mente aperta e ricettiva, sono liberi da pregiudizi, sanno formulare ed elaborare pensieri innovativi con una creatività ineguagliabile. A patto però che abbiano avuto il tempo e il modo di guardarsi intorno, studiando, ma anche facendo esperienze di vita e di lavoro diverse. Insomma, viaggiate gente, viaggiate!



com'è



fatto? 

In Farmicol, ci hanno insegnato come si produce a regola d'arte una bomboletta spray di finitura zincante. Percorso interessante, quello che abbiamo sviluppato in 16 tappe.

Come ti armo la bomboletta!

Farmicol è un gruppo internazionale specializzato nella trasformazione di prodotti chimici. Un gruppo che in Italia opera direttamente, attraverso stabilimenti che rappresentano un bel fiore all'occhiello, nel panorama nazionale dell'industria chimica.

Ecco perché ci è piaciuta molto, la disponibilità del gruppo ad aprirci le porte della produzione, per raccogliere testimonianze fotografiche puntuali di tutti i processi produttivi. Tanto più che per ovvie ragioni di riservatezza industriale, è davvero raro che un sito di questo tipo consenta l'accesso ai giornalisti muniti di macchina fotografica!

Per concentrare meglio la nostra attenzione e quindi la nostra disamina, abbiamo ripreso i processi produttivi dello zincante spray, in bomboletta tradizionale.

PRONTI, VIA!

Il processo produttivo strettamente chimico, è chiaro ed evidente, non consente l'accesso al pubblico. Questo perché davvero troppo poco sicuro, per i visitatori non preparati. Il nostro percorso quindi inizia con l'ar-

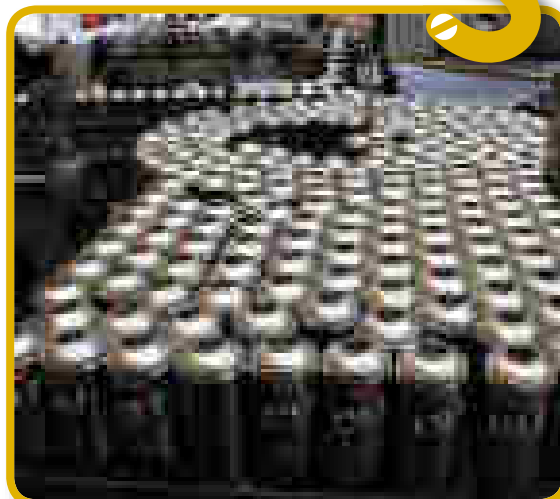
1 - L'ARRIVO

Le bombolette vuote e aperte, pronte per essere riempite e armate, arrivano in bancali direttamente da Eurospray, azienda specializzata nella loro progettazione e produzione.



3 - SUL NASTRO TRASPORTATORE

Il nastro trasportatore della macchina riempitrice si attiva e porta le bombolette vuote e scoperchiate alle apposite postazioni di riempimento.



2 - IL CARICAMENTO

Un operatore prende le bombolette vuote dalle confezioni di arrivo, e le carica manualmente sul nastro della macchina riempitrice che provvede automaticamente al loro smistamento.

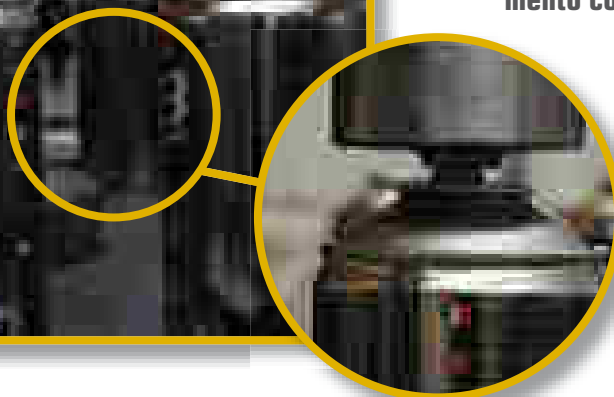


4



4 - IL RIEMPIMENTO

La macchina di riempimento è strutturata in quattro postazioni successive. Al primo passaggio, grazie ad un pistone che funziona a pressione, viene effettuato il riempimento con il liquido di zincatura.



5 - VALVOLA DI CHIUSURA

La seconda postazione serve al posizionamento della valvola di chiusura, provvista di cannula ad immersione.



5



6 - VERIFICA

Il terzo passaggio è meramente di controllo. Un pistone automatico testa il corretto inserimento e posizionamento di valvola e cannula. Tutti i prodotti non conformi bloccano il funzionamento dell'intero sistema





7 - SIGILLATURA

L'ultima fase nella macchina di riempimento serve alla sigillatura: un pistone idraulico graffetta la valvola alla bomboletta.

8 - VERSO LA GAS HOUSE

A questo punto la bomboletta è pronta per partire. Caricata su un nastro trasportatore, prende il via, in direzione Gas house. La *Gas house* è il macchinario che provvede in automatico al caricamento con il gas propellente.



rivo in azienda delle bombolette vuote e scoperchiate.

Queste bombolette, caricate manualmente su di un nastro trasportatore, iniziano il loro cammino attraverso un macchinario automatico che si sviluppa in quattro fasi operative e in rispettive postazioni dedicate. Il primo passaggio è quello basilare, perché serve a riempire le bombolette con il liquido di zincatura. Dopo di che, si passa al posizionamento di valvola e tubicino a immersione, al controllo e alla sigillatura del tutto.

UNA FASE DELICATA

A questo punto, le bombolette partono per un lungo viaggio! Sì, perché è il momento del caricamento con il gas

propellente, che per evidenti ragioni di sicurezza, non può convivere con tutte le altre fasi produttive. Per questo la *Gas house* è posta all'esterno, e ad essa le bombolette arrivano attraverso un nastro trasportatore che provvede al caricamento automatico. Una volta armate di gas propellente, le bombolette vengono equipaggiate con il tastino di erogazione e con il cappellotto di chiusura. Non prima però di essere state etichettate con caratteri Braille e marchiate con i dati di partita e lotto per la reperibilità e la tracciabilità del processo produttivo.

A questo punto, una volta inscatolate, le bombolette sono pronte per la spedizione ai punti vendita.



9 - IL GAS PROPELENTE

La *Gas house* è posizionata all'esterno dell'area di produzione, per ovvi motivi di sicurezza, e per questo il percorso che devono compiere le bombolette, non è breve. Una volta arrivate a destinazione, passano sotto a dei pistoni che provvedono all'inserimento automatico di dosi predefinite di gas propellente. Tutti i pistoni della macchina devono essere protetti dalle basse temperature.



10

10 - PER I NON VEDENTI

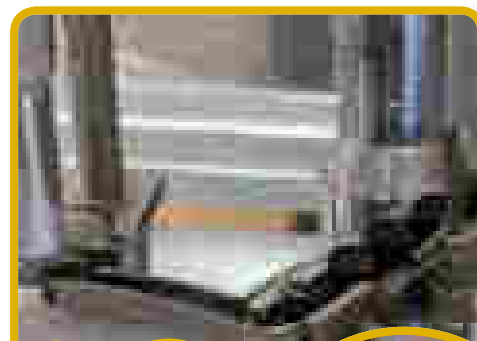
Una volta armate di gas, le bombolette proseguono il percorso sul nastro trasportatore fino ad una postazione automatica detta Nastratrice del tattile, che provvede all'etichettatura con scritta in alfabeto Braille.



11

11 - UN TIMBRO DI RICONOSCIMENTO

Dopo la nastratrice la bomboletta passa alla Timbratrice del lotto, che imprime ad inchiostro tutti i riferimenti temporali di produzione.



12

12 - IL TASTINO

È il momento del tastino: ovvero del facilitatore in polimero, che consente di attivare il meccanismo di erogazione.

13

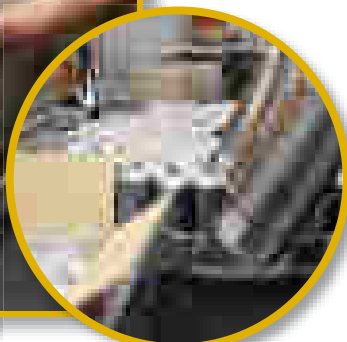


13 - CHIUDE IL TUTTO!

Ora è possibile apporre il cappello: termine tecnico con il quale si identifica il tappo della bomboletta. I cappellotti, caricati a mano sulla macchina, vengono smistati automaticamente, ribaltati e apposti grazie a un sistema intelligente a controllo numerico.



14



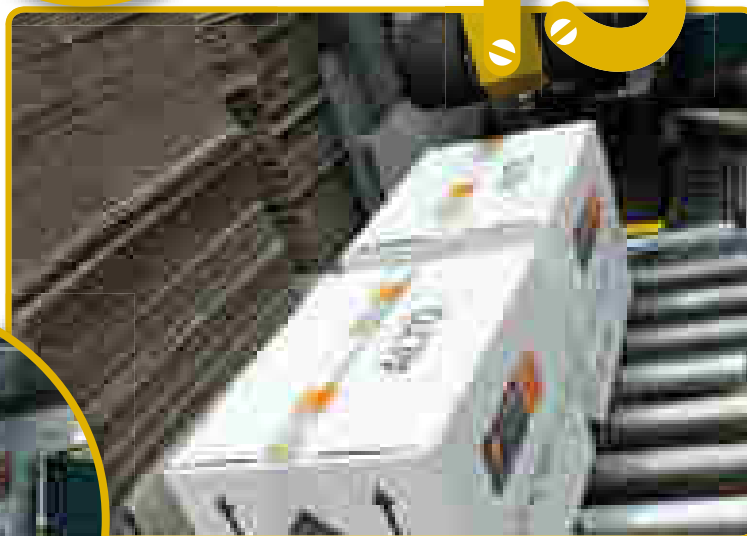
14 - IN CONFEZIONE

Un operatore provvede manualmente al prelievo dei prodotti finiti e al caricamento dei cartoni di stoccaggio e spedizione.

15

15 - INCARTONATRICE

Il cartone pieno, viene caricato nella macchina incartnatrice, che provvede automaticamente a sigillarlo sopra e sotto, e ad etichettarlo inserendo numeri di codice e lotto.



16 - PRONTO PER LA SPEDIZIONE

Il prodotto finito e inscatolato viene posto in bancali, pronto per la spedizione.

16



A PROPOSITO DI FARMICOL

Il gruppo multinazionale opera nel campo delle trasformazioni di prodotti chimici, con stabilimenti operativi in tutto il mondo, presso i quali avvengono le lavorazioni e il confezionamento di tutti i prodotti. Una rete di concessionari altamente qualificati, assicura la distribuzione dei prodotti pressoché ovunque, con un livello decisamente elevato e riconosciuto su scala internazionale, di servizio e prodotto. Questo anche e soprattutto grazie a una importante attitudine all'innovazione.

TSmall™

IL NUOVO DISTRIBUTORE DI SAPONE

MADE IN ITALY

EROGA:



CREME
BARRIERA



CREME E GEL
LAVAMANI



T-SMALL PROFUMA ANCHE L'AMBIENTE!



NETTUNO
we take care of your hands

Ci prendiamo cura delle tue mani

NETTUNO S.R.L.

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



NETTUNO IBÉRICA S.L.

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



Fnaarc (Federazione nazionale associazioni agenti e rappresentanti di commercio) Lecco compie 50 anni, e per festeggiare, ha organizzato un convegno che vuole essere momento di riflessione, ma anche di provocazione. Oggetto del contendere: l'evoluzione della figura dell'agente di commercio.

A raccontarci origini ragioni e storia di questa iniziativa, Andrea Secchi, che della Federazione di Lecco è il presidente.

Se ci si ferma al solo titolo: "L'agente di commercio: questo (s)conosciuto. La riqualificazione della figura: da «viaggiatore» a professionista altamente specializzato" si può anche pensare: ecco, ci risiamo, le solito chiacchiere sui soliti argomenti, che il mondo cambia, le stagioni anche, e noi non possiamo restare al palo.

Ma se solo si scorrono programma ed elenco degli ospiti, già la prospettiva cambia, e non poco.

Sì, perché per questo convegno sono stati messi al medesimo tavolo tutti gli attori (con le loro istituzioni) che ruotano intorno alla questione. Magari non ci avete fatto caso, ma lo sapete che a girar in internet, in lungo e in largo, non si trovano foto di Squinzi e Sangalli insieme?

Ora, per carità, sicuramente in qualche occasione si saranno anche incontrati, ma è significativa la totale assenza di immagini congiunte e condivise. Ed ecco il punto, nel cuore di questo progetto invece, tutto prende vita dalla condivisione. E non quella teorica, quella pratica, che parte proprio dal sedersi intorno a un tavolo insieme, a ragionare di problemi e possibili soluzioni. Il convegno quindi non vuole essere un punto d'arrivo, bensì un punto di partenza, un'occasione per iniziare un nuovo percorso. Una gran bella sfida, insomma, che vale la pena approfondire.

Andrea Secchi



Metti l'agente *al centro!*

iFerr: Secchi ci racconti: ma come vi è venuta l'idea di mettere insieme i vertici associativi e istituzionali di produzione e distribuzione?

A.S.: Scusate ma alla domanda credo debba seguire una ulteriore domanda: e perché non avremmo dovuto farlo? Se si vuole fare sistema, è necessario partire dalla condivisione di problemi, questioni, proposte e eventuali soluzioni.

iFerr: Detto così sembra semplice ma...

A.S.: Certo, lo so anch'io. In Italia è davvero tanto difficile dialogare, siamo terribilmente individualisti. E infatti i risultati si vedono, c'è poco altro da dire. Proprio per questo, noi che per lavoro fungiamo da cerniera tra mondi differenti (siamo l'anello di congiunzione tra domanda e offerta, intermediario circa il 70% del Pil), abbiamo voluto creare un momento di apertura e dialogo con l'idea chiara di generare un nuovo

approccio alle relazioni di categoria, almeno nel nostro ambito territoriale.

iFerr: Quindi ci sta dicendo che l'iniziativa vuole essere essenzialmente un segnale?

A.S.: In realtà vuole essere un punto di partenza, grazie al quale iniziare un nuovo modo dialogare e interagire. Credo valga la pena di esprimersi con chiarezza. Noi siamo agenti di commercio, e come tali dobbiamo saperci rapportare tanto con il mondo della produzione quanto con quello del commercio. Ora, il fatto che ci sia una certa incomunicabilità tra le parti, non agevola certo il nostro lavoro.

iFerr: Però scusi, che c'entra allora il titolo del convegno, con questa volontà di mettere insieme tutte le parti in causa?

A.S.: Come che c'entra? È determinante! Oggi noi agenti dobbiamo davvero

A PROPOSITO DI ANDREA SECCHI

31 anni, lecchese, informatore medico scientifico e agente di commercio del settore farmaceutico, è in Fnaarc da 8 anni, e dallo scorso giugno è stato eletto presidente della sezione di Lecco.

Da 10 anni opera come agente di commercio, ed è un accanito sostenitore della necessità di fare sistema, e di attivare un corretto ricambio generazionale, per superare gli ostacoli e ridare energia all'economia del nostro paese.



Giorgio Squinzi, presidente Confindustria

L'INDAGINE

Fnaarc Lecco ha realizzato un'indagine decisamente interessante, che ha coinvolto tutti gli iscritti della provincia. L'obiettivo era fotografare lo stato dell'arte, tastare il polso ai professionisti della vendita, ma anche cogliere i loro timori, le loro aspettative e le loro speranze. I risultati, presentati al convegno di Lecco il 15 settembre, saranno pubblicati da iFerr Magazine in una sintesi che ne presenterà i punti salienti.

saper cambiare l'approccio professionale. Ma per trovare le strade giuste abbiamo assoluta necessità della collaborazione, del contributo e dell'esperienza di tutta la filiera. Il primo passo verso una corretta evoluzione sta proprio nel dire **basta**, alle contrapposizioni di ruolo.

iFerr: Ci faccia capire, cosa intende per contrapposizioni di ruolo?

A.S.: All'eterna disputa mandante e mandataro, cliente e fornitore, agente rappresentante e commerciante. Basta diffidenze e orgogli di casta. Siamo tutti nella stessa barca. Se i

produttori non realizzano soluzioni centrate, noi non abbiamo di che vendere e guadagnare, e i commercianti non soddisfano le aspettative degli utenti finali. Allo stesso tempo, se dettaglianti, grossisti e agenti non sanno fare bene il loro mestiere, le industrie di produzione, anche le più abili e qualificate, che producono a fare?

iFerr: Parrebbe banale, e invece...?

A.S.: Non lo è, non lo è affatto! Un esempio per tutti. Da sempre, quando un agente vende tanto e inizia a guadagnare bene ... tac, gli tagliano la zona, e la ripartiscono! Ora, per carità, è pur

L'ACCORDO

Il 30 luglio è stato firmato l'accordo economico collettivo con il mondo dell'industria e che regola i principali termini di contrattazione tra aziende mandatarie e mandanti (ovvero tra produttori e loro agenti rappresentanti). Ecco, in estrema sintesi, i punti più interessanti e salienti. Il nuovo accordo apporta delle migliorie rispetto a quello attuale del commercio. Nello specifico sono state ridotte dal 20% al 15% le variazioni di media entità; esse inoltre prevedono l'assenso dell'agente.

- 1** - Il patto di prova nel caso di più mandati consecutivi può essere inserito solo sul primo mandato.
- 2** - Il tempo massimo per comunicare il rifiuto dell'ordine da parte della mandante passa da 60 a 30 gg.
- 3** - L'art. 2 è stato modificato riducendo dal 20 al 15% le variazioni di media entità e prevedendo l'assenso dell'agente, è stato anche esteso il periodo in cui le variazioni di media entità

possono essere considerate una unica variazione.

- 4** - Il campionario verrà addebitato solo per determinati motivi diversi dalla normale usura;
- 5** - In caso di gravidanza affidamento o adozione il periodo di sospensione del rapporto di agenzia viene esteso a 12 mesi.
- 6** - In caso di ritardo del pagamento delle provvigioni vengono calcolati gli interessi come previsto dal D.Lgs. 231/2002 e successive modifica D.Lgs.n.192 del 9/11/2012.
- 7** - Il calcolo dell'indennità meritocratica che ancora non rispetta i requisiti previsti dal codice e dalla normativa europea ma che in diversi casi risulta essere superiore all'attuale.
- 8** - Inserimento del diritto alle indennità anche per il raggiungimento della pensione di vecchiaia Inps.

vero che dobbiamo lavorare tutti ma, perché dopo tanto lavoro devo sentirmi penalizzato?

iferr: Perché? ce lo spieghi lei! ci deve pur essere una motivazione.

A.S.: La motivazione c'è, eccome. Il fatto è che le aziende hanno sempre una certa paura, degli agenti con un portafoglio clienti troppo importante. Così, tendono a tenere tutti entro certi parametri. Certo agenti molto forti corrono il rischio di adagiarsi o, peggio, di considerarsi (e quindi comportarsi) come professionisti insostituibili. Ma allora è giusto agire a correzione dei comportamenti scorretti, senza penalizzare in modo orizzontale tutti quanti.

iferr: Ma se così stanno le cose, come si può andare oltre?

A.S.: Prima di tutto iniziando a dialogare, avviando tavoli di confronto ai quali sedersi tutti al medesimo livello, senza pregiudizi. Il mercato è davvero tanto problematico, non si va da nessuna parte se non ci si mette insieme.

Il nostro convegno vuole essere proprio una prova istituzionale di dialogo, alla quale far seguire iniziative condivise, magari meno eclatanti, ma certo più concrete.

Carlo Sangalli, presidente Confcommercio





Corrado Fin, amministratore di Prabos Plus Italia e Juraj Vozar, general manager di Prabos Plus a.s.

Prabos è una realtà storica nella Repubblica Ceca, attiva nella progettazione e realizzazione di calzature speciali, da lavoro, militari, di sicurezza e da trekking. L'azienda, che sorge nel distretto industriale delle calzature, quello dove è nato anche Bata, per intenderci, con quest'anno ha deciso di entrare direttamente, e in grande stile, nel mercato italiano.

Chi lo avrebbe mai detto che in Repubblica Ceca c'è uno storico distretto della calzatura? In pochi, probabilmente. Eppure è così, tanto è vero che di quella zona è originario anche Bata, punto di riferimento di tutto rispetto, nel panorama della produzione e distribuzione di tradizionali calzature di media gamma. In quel distretto quindi si

è creato un nucleo importante di aziende decisamente interessanti, che via via si sono specializzate in differenti aspetti della questione. Tra queste, Prabos, che da sempre ha scelto e seguito l'aspetto peculiare delle calzature di sicurezza, protettive, e da lavoro.

Ora, la situazione produttiva e commerciale piuttosto liquida che si è venuta a creare nel nostro continente, proprio a



Nasce Prabos Plus *Italia*

proposito di scarpe ad uso professionale, ha aperto le porte a nuove idee e strategie. Così in Prabos si è deciso di sviluppare nuovi mercati, partendo proprio con quello italiano. A raccontarci motivi e leve di questa importante scelta, Corrado Fin, che di Prabos Plus Italia, è l'amministratore unico.

iferr: Entriamo subito nel vivo della questione: ci vuole un bel coraggio per decidere oggi, di investire nel mercato Italia; da cosa scaturisce questa scelta?

C.F.: Le ragioni sono molteplici e decisamente interessanti. Prima di tutto, nel mercato europeo in materia di calzature di sicurezza e dispositivi di protezione individuale, si sono creati alcuni importanti buchi produttivi e commerciali. Questa è stata la prima molla, a muovere le intenzioni della nostra casa madre, in Repubblica Ceca.

iferr: Dopo di che, lei ha parlato di molteplici ragioni.

C.F.: Un'altra valutazione è stata fatta. Ovvero: fino ad oggi Prabos è stata una eccellente azienda di produzione, capace di rielaborare e anche migliorare i pro-

getti di calzature già proposte al mercato. Ma di fatto non si è mai occupata di sostanziale innovazione tecnologica e funzionale. I nostri modelli altro non erano che una rivisitazione migliorativa di modelli già esistenti. Lavoro di grande qualità ed eccellenza, ma senza attitudine a generare idee originali.

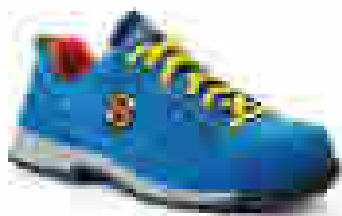
iferr: Mentre invece oggi le cose stanno cambiando?

C.F.: Questa è la volontà della casa madre, e per questo si crede così tanto nella filiale italiana. Perché è indubbio e indiscutibile che per diventare punti di riferimento nel design e nella progettazione originale di calzature, non si possa prescindere dal creare solide partnership con il nostro mercato di riferimento. Di questo in Repubblica Ceca sono più che consapevoli.

iferr: Ed è per questo che hanno scelto lei, figura storica di riferimento in questo mercato, per avviare la filiale Italia?

C.F.: Esattamente. Nel momento in cui la casa madre ha deciso di affacciarsi all'Italia, ha voluto dare immediatamente un segnale forte e chiaro: facciamo sul





L'AZIENDA

Prabos è un'azienda specializzata nella realizzazione di calzature da lavoro e di sicurezza. Opera nel mercato con gamme complete di prodotti di qualità e confortevoli, ed è licenziataria Gore-Tex per la produzione e commercializzazione di scarpe dotate di membrana. È anche certificata secondo il modello ISO 9001. Tutti i prodotti Prabos sono realizzati negli stabilimenti dell'azienda, nella Repubblica Ceca.

serio, vogliamo collaborare con persone competenti e credibili, e per questo siamo disposti a investire davvero.

iferr: In tutta franchezza, lei crede veramente che in Italia avessimo bisogno di un altro attore, in materia di calzature di sicurezza e da lavoro?

C.F.: Bella domanda! Allora, la questione è articolata. Quello delle calzature è un mercato interessante, che ha attirato negli ultimi anni un sacco di attori in produzione e distribuzione. Ma non tutti questi attori hanno saputo proporre soluzioni qualificate. Diciamo che abbiamo assistito a un piccolo assalto all'arma bianca, da parte di un esercito non proprio e non sempre organizzato, di aziende a caccia di business.

iferr: Quindi l'offerta di prodotti oggi sul mercato, ci conferma essere abbondante?

C.F.: Certamente più che abbondante. Ma non altrettanto e non sempre seria e qualificata. Ecco perché un attore come Prabos, che invece ha storia e radici solide in questo ambito, credo proprio possa essere prezioso, per i nostri rivenditori ma anche per gli stessi utilizzatori finali.

iferr: Cosa deve aspettarsi il mercato italiano da Prabos nel breve e medio termine?

C.F.: Un nuovo punto di riferimento, capace di rispondere a tutti i requisiti fonamen-

tali tanto per la distribuzione quanto per l'utenza finale. Ovvero: qualità dei prodotti in termini di durata e sicurezza, estetica e design, comfort e fruibilità; e poi un catalogo completo, e la competenza tecnica e operativa di un'azienda che in questo settore si muove da decenni. Ma non solo.

iferr: A cosa si riferisce?

C.F.: La centralità del mercato Italia e le competenze tipiche dei nostri professionisti, hanno portato l'azienda a sviluppare un piano di crescita che vede proprio nel nostro paese il suo perno centrale. Di fatto tutta l'attività commerciale ruoterà intorno alla filiale italiana, che si occuperà dell'export nella sua totalità. Tanto è vero che Prabos Italia ha già reso operativa una partnership con un importante distributore specializzato dell'area oceanica, che commercializza calzature di sicurezza in Nuova Zelanda, Australia e isole Samoa.



Questi i numeri:

Numero di dipendenti - **360**

Capacità di produzione giornaliera:

• incollata - **500** paia

• iniezione - **900** paia

• cucita grossolanamente - **350**

Ripartizione fatturato

Per tipologia di prodotto:

• calzature da lavoro - **57%**

• calzature militari - **39%**

• calzature da trekking - **4%**

Milano
Since 1965

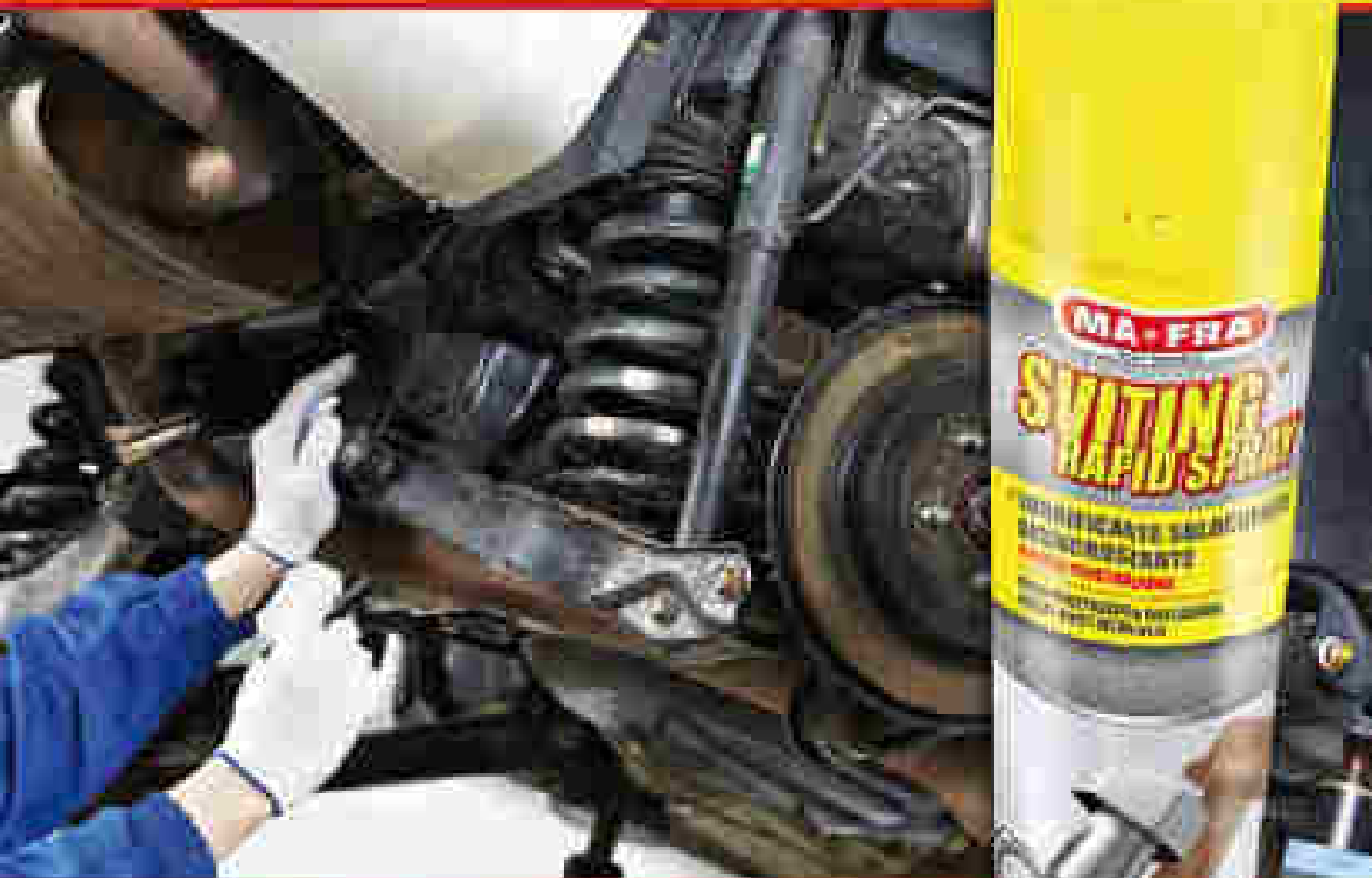
MA FRA

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.



TRE COSE CHE IL GROSSISTA NON DEVE FARE

Secondo Andrea Lenotti

- 1 Non deve** chiudersi in se stesso.
- 2 Non deve** combattere attraverso la mera leva del prezzo.
- 3 Non deve** più fornire i cattivi pagatori perché non si devono tenere in vita rivenditori poco solvibili.

Andrea Lenotti è un punto di riferimento autorevole, nel mondo della ferramenta e utensileria. Non solo per la sua lunga esperienza commerciale, ma anche e soprattutto perché da sempre ha affrontato la questione da tutte le sue sfaccettature commerciali, diventando di fatto uno dei personaggi più eclettici dell'intero panorama di mercato. Naturalmente l'uomo, non è facile, perché abituato a chiamar sempre le cose con il loro nome, facendo tremar non poche sedie. Ed è questo che più ci piace. ed è per questo che abbiamo voluto intervistarlo, a proposito di prospettive e obiettivi a medio e lungo termine. Ecco come è andata.

iFerr: Lenotti veniamo subito al sodo: ci dica, come la vede la situazione del nostro settore?

A.L.: Decisamente liquida, in questo mo-

mento, e certamente ardua da affrontare, però non drammatica, anzi! Sono anni che sento gridare *al lupo al lupo*, che sento paventare l'estinzione di dettaglianti e grossisti, mentre invece di fatto siamo tutti ancora qua. Certo, con alcuni distinguo. Ma sostanzialmente poco è mutato nell'assetto distributivo tradizionale del nostro settore. E la grande distribuzione non sembra più aleggiare così minacciosa.

iFerr: Quindi possiamo dire che il peggio è passato?

A.L.: No, possiamo dire che il mercato della ferramenta in Italia ha, e probabilmente avrà sempre, necessità di riferimenti territoriali di tipo tradizionale. Ciò non toglie che la rivoluzione in atto, in termini di marketing, distribuzione e logiche d'acquisto, richieda importanti riflessioni, da parte di tutti noi.

iFerr: Ci aiuti a comprendere, se può.

Unirsi per *Competere!*

Per progredire, evolversi e ricominciare a crescere nei fatturati, la filiera lunga di ferramenta e fai da te, ha bisogno di sintesi e collaborazione, fiducia e sinergie. Parola di Andrea Lenotti, veterano del settore!

A.L.: Certo che posso. Analizziamo lo stato dell'arte. Il consumatore italiano, nonostante il proliferare delle insegne (anche assai importanti e strutturate) di fai da te, dopo un primo periodo di euforia e curiosità per ciò che è nuovo e sconosciuto, ha di fatto dimostrato di essere molto legato alle forme distributive di tipo tradizionale. Segno evidente che la filiera lunga sia in possesso di strumenti di risposta (in prodotti e servizi) più vicini alle sue aspettative. Ciò non toglie che la scarsa liquidità attuale, e i nuovi strumenti di analisi ricerca e acquisto, stiano spostando progressivamente l'attenzione dei clienti (soprattutto quelli più giovani) anche su nuove forme e possibilità di acquisto. La nostra filiera allora deve essere capace di interrogarsi sulle prospettive a medio termine, per cercare di trovare risposte efficaci a questa situazione emergente.

iFerr: Sta dicendo che l'utente comprerà sempre di più online, rendendo i punti vendita sempre meno necessari?

A.L.: No che non dico questo! Piuttosto ritengo che sia responsabilità della filiera, far sì che le vendite online e la comunicazione orizzontale, si trasformino in nuove opportunità di evoluzione e crescita. Gli strumenti ci sono tutti, basta saperli sfruttare e non aver paura del cambiamento.

iFerr: A quali opportunità di crescita e sviluppo fa riferimento?

A.L.: Il punto vendita è un luogo fisico

dove vedere dal vivo-provare-ritirare ciò che ci ha colpiti e incuriositi online. Pare poco? Internet può trasformarsi nel primo veicolo di promozione e invito a recarsi in un punto vendita. E lo sappiamo bene, che il consumatore nella maggior parte dei casi, una volta assunte le informazioni, preferisce toccare con mano ciò che acquista.

iFerr: Certamente, ma per i singoli dettaglianti non è semplice rimettersi così in gioco!

A.L.: E qui subentra una questione tutta italiana: siamo davvero tanto tanto ma tanto, incapaci di mettere insieme



Andrea Lenotti

TRE COSE CHE IL GROSSISTA DEVE FARE

Secondo Andrea Lenotti

1 Deve assolutamente confrontarsi con concorrenti: condividere operativamente i suoi numeri, perché con i segreti oggi non si va da nessuna parte.

2 Deve investire denaro, tempo e risorse culturali e tecniche per implementare nuovi sistemi informatici gestionali che lo aiutino a pianificare tutte le sue attività.

3 Deve ricominciare a ragionare da grossista: il magazzino è centrale, la logistica fondamentale. Basta magazzini mezzi vuoti! Perché essere efficaci nell'evasione degli ordini, allontana lo spauracchio della mera competizione di prezzo.



risorse e energie. Ci facciamo la guerra (che è sempre guerra dei poveri!) senza renderci conto che così ci impoveriamo tutti, con buona pace dei nostri portafogli, delle nostre aziende e dei nostri business.

iFerr: Soluzioni al problema?

A.L.: Mettere insieme cervelli, idee, problemi e soluzioni, con il dialogo, il confronto e la fiducia reciproca. E attenzione: non si tratta di vuote parole da buonista, ma di concrete necessità operative, se si vuole davvero andare avanti a spron battuto. Insomma, aggregarsi è il primo passo verso l'evoluzione e la crescita.

iFerr: Per questo esistono le associazioni?

A.L.: Per questo dovrebbero esistere. Ma che fatica, anche in quegli ambiti! Ed è un vero peccato. Perché sarebbe tutto più semplice per tutti, se lo scambio di dati, di informazioni, di esperienze, fosse fluido continuo, sistematico e diretto. Non son più tempi, da segretucci di bottega, dobbiamo rendercene conto, c'è poco da fare.

iFerr: Lei è anche attivo membro dell'associazione di categoria: qualcosa si muove, in questa direzione?

A.L.: Ci stiamo provando. Prima di tutto mettendo in piedi un sistema di condivisione della solvibilità dei clienti, perché si chiuda finalmen-

te la partita con quei cattivi soggetti commerciali, che per i loro acquisti fanno il giro delle sette chiese, così non pagano nessuno. E poi affrontando tutti gli appuntamenti e gli eventi di settore, come potenziali importanti occasioni di scambio e confronto.

iFerr: Da questa considerazione nasce l'avallo dell'associazione a tutti gli eventi che ruotano intorno al comparto?

A.L.: Esattamente. È probabile che questa scelta sollevi qualche perplessità, mentre invece ha un'origine molto decisa e determinata: per stimolare il confronto, è necessario oggi non dire di no a nessun tipo di momento aggregativo. È un segnale, quello che vogliamo dare ai nostri soci, di apertura e volontà di approfittare di qualunque momento utile per attivare sinergie e muovere nuove idee.

iFerr: E cosa ne dice, dell'attenzione che la Fiera di Colonia sta dimostrando, nei confronti del nostro mercato?

A.L.: Che si inserisce perfettamente nel quadro che ho tracciato fino a questo momento.

Perché dimostra che il nostro è un mercato importante e ancora in fase di sviluppo, con ottime potenzialità, e perché va nella direzione tanto auspicabile delle aggregazioni di qualità, di alto livello.

NATURAL EVOLUTION

Underwear tube worm macro

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

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

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



AMBROVIT S.P.A.

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

Tel. +39.0382.810280 - Fax +39.0382.810700

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



AMBROVIT
BOLTS+SCREWS



A Novara il nuovo concept distributivo per l'insegna che fa capo a Marketing Trend. Un modello di fai da te più snello e allo stesso tempo ricco nell'offerta, che vuole ribadire un deciso orientamento al target dei bricoleur appassionati e tradizionali, hobbisti decisi ad occuparsi in prima persona di tutte le attività che ruotano intorno alla casa e al giardino.

Nuovo look per il punto vendita di Novara, strutturato per funzionare da apripista, da area test, per il cambio di immagine - dentro fuori e tutto intorno! - per l'insegna Brico IO (Marketing Trend - gruppo Coop Lombardia). L'obiettivo è chiaro: ribadire la vocazione hobbistica dell'insegna, fidelizzare la clientela e sviluppare un nuovo approccio formale ed estetico, capace di supportare tutto questo, anche visivamente. Ma procediamo con ordine.

PERCHÉ NOVARA?

Perché il punto vendita di Novara è esattamente nella media (per superficie, collocazione, target e fatturati) dei centri fai da te che fanno capo al gruppo. Quindi risponde perfettamente alle caratteristiche necessarie perché i risultati dei cam-

biamenti e dell'area test, possano poi essere trasferiti con successo su tutti gli altri punti vendita.

COSA CAMBIA NELLA SOSTANZA

Gli assortimenti sono stati ripensati secondo una logica decisamente interessante. Ovvero: oggi tutti guardano al bricolage pesante, applicato anche all'artigiano e al piccolo professionista. In Brico IO invece si è scelta la strada opposta: ovvero di approfondire prodotti e servizi dedicati al target degli hobbisti tradizionali, degli utenti privati insomma, appassionati di fai da te, che vogliono prendersi cura in prima persona di tutto ciò che ruota intorno alla manutenzione ordinaria (e talvolta anche straordinaria) e all'abbellimento della loro casa (villa, villetta, appartamento, giardino o soffitta che sia). Per questo si è deciso di ridurre la profondità delle gamme per aumentare

Brigo io, da Brico IO!

la loro ampiezza, e rispondere così a tutte le possibili necessità degli utenti finali.

Sono inoltre state implementate tre nuove aree tematiche: *Isola dei Tesori*, *L'Outlet del Casalingo e Casa & Casa*.

E per concludere, ai classici servizi, se ne sono aggiunti due nuovi: la duplicazione chiavi e telecomandi e l'incisione targhe.

COSA CAMBIA NELLA FORMA

Tanto per cominciare, l'insegna, ridisegnata da Giorgio Galli. I colori sono decisi netti e nitidi, meno giocosi e più legati all'idea di concretezza del fare. Il carattere scelto per la scritta è semplice e moderno.

Poi, le esposizioni e i lay out. Anche nell'allestimento si

A PROPOSITO DI BRICO IO

Nel 1986 nasce Marketing Trend, per iniziativa di alcuni imprenditori attivi nel mondo della grande distribuzione. Il primo punto vendita a insegna Brico IO apre al pubblico nel 1988. Nel 1989 Coop Lombardia entra nel capitale sociale dell'azienda e, nell'arco di sei anni, ne acquisisce il controllo totale.

Marketing Trend è proprietaria del marchio Brico IO, insegna che oggi identifica 105 punti vendita specializzati nel fai da te di medie dimensioni, presenti su tutto il territorio nazionale.

I negozi hanno una superficie di vendita media compresa tra i 1.500 e i 3.000 metri quadrati e propongono da 25.000 a 35.000 referenze coprendo tutti i segmenti del bricolage: hobby, piccola edilizia, manutenzione e decorazione della casa e del giardino.

SCHEDA PUNTO VENDITA, BRICO IO DI NOVARA

Superficie espositiva: **1.920** mq totali circa, di cui **110** mq di area esterna

Referenze in esposizione: **25** mila circa

Reparti: **11** così strutturati:
bagno, decorazione, giardinaggio, auto, legno.

Scaffali, Ferramenta, Vernici, Edilizia, Elettricità e Casa e 3 settori tematici: *Isola dei Tesori*, *Casa & Casa* e *L'Outlet del Casalingo*

Casse: **3**

Addetti: **12**

Parcheggio privato: con oltre **50** posti auto

Orari d'apertura: dal lunedì al sabato dalle 8,30 alle 20,00 con orario continuato; domenica dalle 9,00 alle 13,00 e dalle 15,00 alle 19,00

è voluto ripulire, togliere, illuminare. Non sono previsti (per la stragrande maggioranza dei reparti e per il momento) cappelli di gondola, per evitare ingombri eccessivi in altezza. Le nuove aggregazioni merceologiche sono state rese percepibili alla clientela da una segnaletica ridisegnata, semplice, ben visibile e chiara, e da un gioco d'alternanze fra scaffali alti e bassi.

E per finire l'immagine nel suo complesso. È stata creata una nuova campagna pubblicitaria e di comunicazione, che ruota intorno a un scatto fotografico di Oliviero Toscani, e sono state rinnovate anche le divise del personale, direttore di punto vendita compreso.

RADIO 24



11

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

La prossima edizione del **3° Congresso Nazionale Grossisti Ferramenta** si arricchisce di una novità: a moderare il Congresso sarà **ALESSANDRO MILAN**, giornalista economico e conduttore di programmi per **Radio 24**. Un prezioso contributo all'analisi della situazione della nostra distribuzione di canale, e un importante punto di vista fuori dal coro, per tutti i presenti in sala. Si tratta dell'unico appuntamento dedicato ai principali attori del mercato della distribuzione tradizionale di ferramenta utensileria e fai da te.

Since 2010

**FERRAMENTA
DAY**

2010 / 2011

RADIO 24

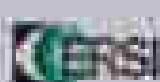
Ferr Day

Ferr

Grossisti Ferramenta
embre 2014

Un'occasione unica per affrontare temi innovati, grazie al prezioso contributo di esperti; un momento imprescindibile di confronto e scambio tra produzione e distribuzione. Un'opportunità commerciale fondamentale, per presentare nuovi prodotti, servizi innovativi e promozioni dedicate.

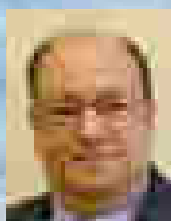
Il 3° Congresso Nazionale Grossisti Ferramenta, è prima di tutto un appuntamento da non mancare, per investire in nuove idee, dinamismo e innovazione.



info@iferronline.com

Tra dire e fare, c'è di mezzo...

... Il responsabile di una forza vendita! Perché il sales manager può limitarsi a impartire ordini e dare suggerimenti controllando il lavoro dei venditori, oppure metterli nelle condizioni di agire grazie a momenti di autovalutazione, riflessione e crescita personale.



Walter Silvano
Amministratore
unico dello Studio
Mario Silvano.

Dopo che l'azienda ha definito gli obiettivi della forza vendita, la responsabilità per il loro sviluppo in risultati concreti è affidata al **responsabile delle vendite** (sales manager), che nella guida dei venditori **può e deve diventare oggi un vero coach.**

Non è un percorso immediato e di automatica realizzazione vista la sua pregressa esperienza di super venditore in azienda: infatti, non basta dire aeroplano o volare per diventare dei piloti. Indispensabile, perciò, condividere e formarsi ad assumere un nuovo ruolo verso la forza vendita.

DIRE O CHIEDERE?

Si tratta in sintesi di cambiare approccio e stile di gestione dei venditori, non più basandosi sul "telling" (io ti spiego che cosa è meglio che tu faccia) ma sull' "asking" (io ti faccio delle domande e insieme al venditore si individua quale è la strategia più efficace per raggiungere l'obiettivo).

Per fare un esempio concreto, di fronte a un venditore che dice di voler scegliere una certa strategia d'azione, il sales manager, se non è

d'accordo con quella scelta, invece di dirgli che cosa deve fare, può chiedergli quali sono le soluzioni alternative e arrivare a considerare con il venditore quella più adeguata.

IL SALES MANAGER METTE NELLE CONDIZIONI DI AGIRE

Il coaching è un metodo innovativo di formazione che consiste nell'accompagnamento di un individuo (coachee) o un gruppo (team) da parte di uno specialista del cambiamento (coach). Una relazione di collaborazione, partnership, finalizzata al raggiungimento di obiettivi concreti e misurabili, personali e/o professionali. Il coaching è anche l'evoluzione naturale, nel campo della formazione, verso stili manageriali basati sulla leadership. Nel sistema tradizionale, infatti, il manager, anche nelle vendite, incentrava l'attività della propria squadra su se stesso: questo tipo di responsabile parla molto, impartisce ordini, fa dimostrazioni, dà suggerimenti, e infine controlla il lavoro dei propri collaboratori. Un ruolo molto attivo, che spesso, però, toglie spazio e iniziativa alla squadra dei venditori.

Nel nuovo modello di "coaching", adottato da





molte aziende, il ruolo del manager della vendita consiste soprattutto nell'ispirare e guidare le persone. **Il manager-coach, quindi, parla un po' meno e, in compenso, ascolta molto di più.** Continua a fare dimostrazioni e dare suggerimenti, ma oltre a controllare, contribuisce a far riflettere i propri venditori, in modo che si autocontrollino e si autoformino. Un ampio spazio è lasciato all'iniziativa dei venditori.

L'APPRENDIMENTO DEL VENDITORE: ALCUNI SUGGERIMENTI

- 1 - Favorire l'apprendimento al posto del classico insegnamento.
- 2 - Favorire l'apprendimento attraverso la sperimentazione, perché solo ciò che si sperimenta è apprendibile.
- 3 - L'apprendimento avviene sempre come risultato di un cambiamento delle conoscenze e dei bisogni interiori e delle motivazioni dell'individuo.
- 4 - Dopo aver scoperto ciò che si sa o si crede di sapere, far fare permette di dimostrare che si è appreso.
- 5 - Soltanto nella libertà d'azione può esserci creatività e non imitazione.

IL CAMBIAMENTO NASCE DALLA CONSAPEVOLEZZA

Quando si parla di formazione e coaching, bisogna tenere a mente una frase dello psicologo canadese Eric Berne: "Nessun cambiamento per nessuno senza consapevolezza".

Ai fini del cambiamento e dunque del miglioramento di una forza vendita, prima di tutto è necessario mettere a punto una **approfondita autovalutazione** che

coinvolga ogni venditore, di ogni livello.

Per ciascun venditore occorre analizzare:

1 - Le conoscenze:

- a) cosa so,
- b) cosa non so di sapere

2 - Le capacità:

- a) cosa so fare abilmente,
- b) cosa non faccio e potrò fare

3 - Il potenziale:

- a) cosa posso fare di più,
- b) come agire per fare di più

Solo a questo punto si potrà dare forma a un **piano di azione**, facendo un elenco delle azioni da migliorare, da realizzare sul campo come ad esempio:

- 1 - La gestione del territorio.
- 2 - La programmazione ed organizzazione dell'attività di vendita.
- 3 - Il piano della visita.
- 4 - L'approccio con il cliente.
- 5 - L'analisi dei fabbisogni del cliente.
- 6 - La proposta / la soluzione.
- 7 - Il superamento delle obiezioni e delle resistenze.
- 8 - La conclusione della trattativa.
- 9 - Il post-vendita.
- 10 - L'automonitoraggio.

A questo punto concedetemi un'ultima provocazione:

"Se è uno solo il venditore demotivato lavoriamo su di lui"

"Se sono tanti i venditori demotivati lavoriamo su noi stessi"

Profili per hobbisti e professionisti

Profili di ogni tipo: i classici della grande distribuzione per l'edilizia e il fai-da-te

Barre piatte, angolari con lati uguali e disuguali, profili a U, barre tonde, tubi quadrati e una grande varietà di altre tipologie di profili: tutto questo può fornire la base per la realizzazione pratica delle vostre idee. I semila-

vorati più classici per hobbisti e professionisti realizzati in alluminio con superficie anodizzata o naturale, ma anche numerosi altri materiali come PVC, acciaio inox, ferro, acciaio zincato e ottone.



Gestione strategica *scorte*

Di Mauro Saggiorato

Tutte le società distributrici di ferramenta hanno un ufficio acquisti in cui troviamo spesso, se non il titolare impegnato in attività di approvvigionamento, persone molto capaci impiegate purtroppo in mansioni ripetitive e professionalmente poco gratificanti quali: la gestione manuale del sottoscorta, le stampe delle rotture di stock, l'aggiornamento manuale di molti parametri, l'arrotondamento manuale delle quantità in ordine per raggiungere il minimo d'ordine imposto dal fornitore o per il raggiungimento del porto franco e l'elenco potrebbe continuare a lungo.

Difficilmente chi non ha lavorato in un ufficio acquisti può capire la difficoltà di chi deve approvvigionare dai 10.000 ai 25.000 articoli a scorta con 200-400 fornitori attivi mantenendo basse le scorte e nel

contempo dare ai clienti un elevato livello di servizio. Questo specialmente quando non si ha in dotazione un sistema verticale specializzato a supporto di tali attività.

Non dimentichiamoci che ci sono ancora alcuni distributori di ferramenta che, ancora oggi, ordinano in modo manuale.

Il fatto, che nella maggioranza dei casi, l'ufficio acquisti non abbia ancora a disposizione mezzi

molto efficienti per supportarlo, nasconde, di fatto, un'enorme opportunità per migliorare, in pochi mesi, le performance aziendali in termini di:

1. Aumentare il livello di servizio ai clienti
2. Aumentare il fatturato
3. Diminuire le scorte
4. Aumento delle rotazioni
5. Diminuire le obsolescenze
6. Ottimizzare la distribuzione multi-magazzino

La strada di perseguire tali obiettivi mediante la richiesta, alla propria software house, d'implementare la gestione delle scorte nel gestionale è stata ormai da tempo abbandonata a causa dell'incertezza sui costi di sviluppo, incertezza sui tempi d'implementazione e soprattutto incertezza sui risultati pratici che

I SETTE “STEP” SONO:

1 Previsione della Domanda

Aspetto di fondamentale importanza per l'ottimizzazione delle scorte, impiega le più avanzate tecniche statistiche sviluppate specialmente per la previsione della domanda per i basso e medi rotanti che sono quelli più difficilmente prevedibili.

2 Previsione dei Termini di Consegna

Sono ancora poche le società che oggi investono tempo e risorse per prevedere i disservizi dei loro fornitori. Questo punto è stato risolto mediante la previsione di tutti i tempi di consegna dei fornitori e il loro effetto negativo sulle scorte in caso di ritardi nelle consegne.

3 Analisi del Ciclo d'Ordine

In questo caso il sistema identifica automaticamente l'intervallo tra due ordini consecutivi per lo stesso fornitore.

Questo anche in base ai vincoli imposti dal fornitore stesso.

4 Analisi del Livello di Servizio

Questa è un'ottimizzazione del vecchio concetto di suddivisione delle scorte in “A”, “B” e “C” e mostra come sia conveniente avere molte più classi di articoli e come queste influenzano il profitto societario

5 Approvvigionamento

Calcolo automatico delle proposte d'ordine ai fornitori

6 Analisi ordini Speciali

Qui si applicano scientificamente le moderne tecniche per creare in pochi secondi ordini speculativi, su proposte spot dei fornitori, per l'acquisto di articoli a prezzi scontati o con ulteriori dilazioni di pagamento. Con le stesse tecniche si gestiranno poi i premi a fine anno.

7 Convalida dell'Ordine:

Verifica automatica che tutti i vincoli imposti dal fornitore siano rispettati prima dell'invio dell'ordine.



si otterranno, i quali, ricordiamolo sempre, saranno in ogni caso ascrivibili a chi ha deciso cosa e in che modo sviluppare.

La **Gestione Strategica Scorte**, nata in USA da E3 Corporation per supportare in maniera molto efficiente le attività dell'ufficio acquisti, offre la possibilità di dedicare più tempo alle attività ad alto valore aggiunto come vedremo in seguito.

IL PROCESSO DI ACQUISTO DELLA GESTIONE STRATEGICA SCORTE

La filosofia utilizzata nella Gestione Strategica Scorte consiste nello scomporre il processo di approvvigionamento in sette passi (Steps), ciascuno dei quali è il frutto di anni di ricerca e sviluppo.

IL NUOVO MONDO DELL'UFFICIO ACQUISTI

In pratica il sistema allevia i buyer/approvigionatori da tutto il noioso lavoro di "routine" giornaliero necessario per approvvigionare le scorte, mentre fornisce loro i mezzi e i dati necessari per migliorare la loro attività professionale ad alto valore aggiunto, permettendo di dedicare più tempo a:

- **Negoziare** meglio con i fornitori
- **Monitorare** il livello di servizio ai clienti
- **Identificare** i basso-rotanti e quelli in overstock
- **Acquistare** dati e meglio gestire l'inserimento di nuovi articoli in assortimento
- **Gestire** in modo efficiente le promozioni
- **Investire** capitale societario mediante acquisti speculativi, quando possibile
- **Gestire** preventivamente gli acquisti che concorrono all'assegnazione dei premi a fine anno da parte dei fornitori
- **Monitorare** e tenere al minimo fisiologico le obsolescenze dei prodotti
- **Ottimizzare** la gestione di articoli in esaurimento sostituiti poi da altri più moderni o diversi
- **Eseguire** simulazioni sull'andamento delle scorte in funzione delle decisioni aziendali

Speriamo di aver dato qualche spunto di riflessione a tutti coloro che desiderano rendere più efficiente e profittevole il processo di approvvigionamento, gestione e ottimizzazione delle scorte al fine di aumentare il profitto societario, migliorare il servizio ai clienti e, non ultimo, rendere più gratificante la vita professionale del personale dell'ufficio acquisti.

ULTIMA CONSIDERAZIONE

Come mai si danno premi e commissioni agli agenti e ai responsabili commerciali che hanno raggiunto il budget di vendita mentre non si danno incentivi al personale dell'ufficio acquisti per aver acquistato in modo efficiente e aumentato così il profitto societario?



10 ANNI
GARANZIA

MADE
IN
ITALY
100%

DOGGE

65 & 80

AGGANCIO
RAPIDO

i famosi

*Tutti in alluminio
con attacchi rapidi esclusivi*

OK
Numero
Professional



Linea Verde

BLOCCO
RAPIDO



www.facalscale.it info@facalscale.it

FACAL

... Le Scale Italiane

...Qualcosa che vale nel tempo

back to school



Formazione professionale per serraturieri e tecnici di serrature e riferme: ecco il calendario dei prossimi mesi. Occasioni importanti per acquisire e approfondire competenze di alto profilo, a proposito di sicurezza.

I corsi rientrano nel progetto di formazione mirata al raggiungimento delle conoscenze, abilità e competenze previste dagli standard relativi alla qualifica professionale dei serraturieri.

I corsi sono rivolti ad addetti del settore che attraverso lezioni teoriche ed esercitazioni pratiche avranno la possibilità, supportati da insegnanti italiani e stranieri, di acquisire competenze specifiche o migliorare le proprie conoscenze e abilità. Al termine di ogni corso sarà consegnato un attestato di partecipazione e il certificato delle competenze acquisite.

Date e costi saranno disponibili a breve sul sito: www.ersi.it



CORSO BASE SERRATURIERE (NOVEMBRE/DICEMBRE 2014)

Il corso base è rivolto a tutti coloro che vogliono avere **conoscenze basilari sulle serrature**

per accedere alla qualifica professionale di serraturiere.

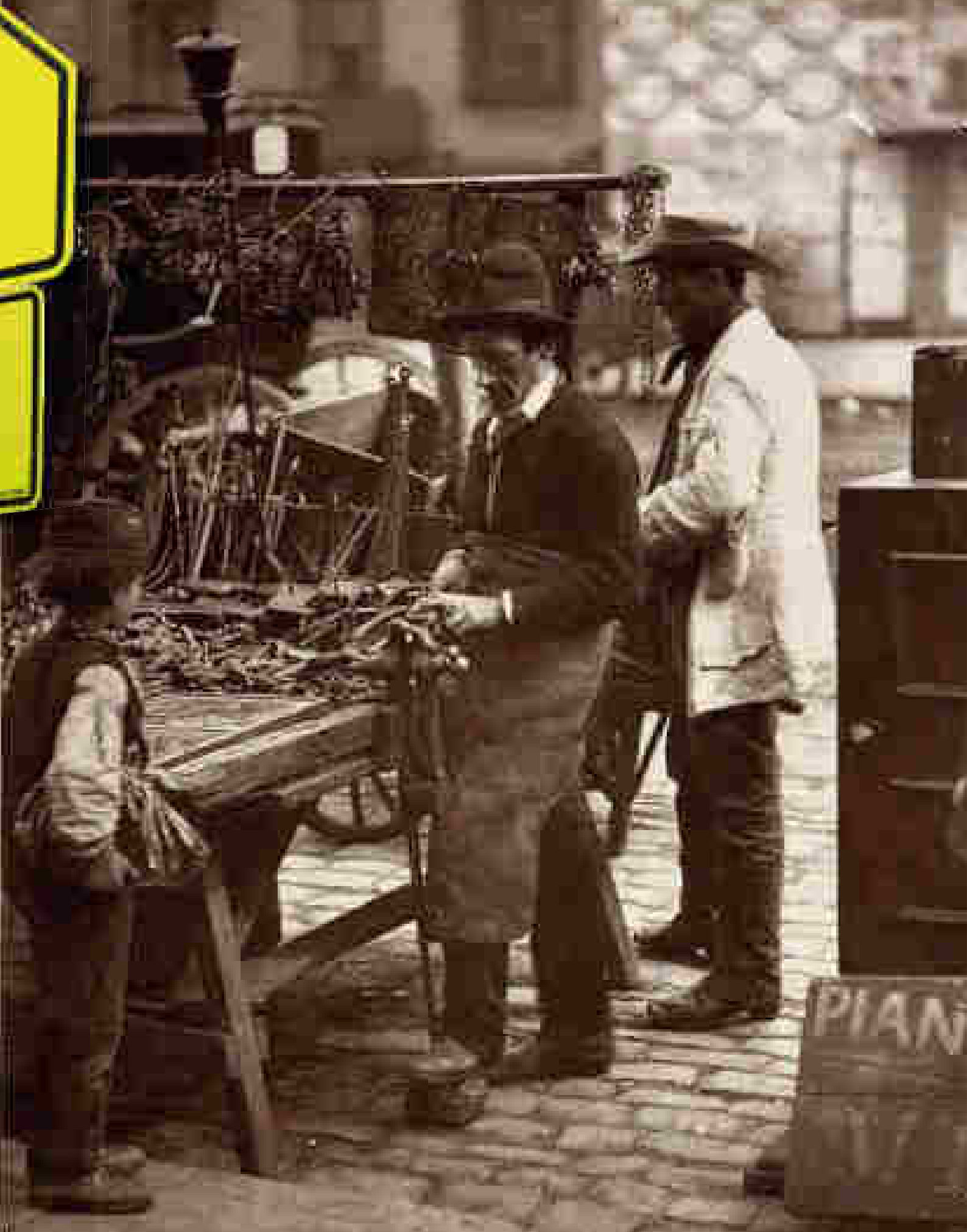
Il corso si sviluppa in 3 giorni nei quali, oltre a una panoramica storica sulle serrature e alla presentazione della figura professionale del serraturiere, si forniranno le nozioni di base sulle diverse tipologie di serrature, le loro applicazioni, assemblaggio e disassemblaggio dei componenti, operazioni e procedure di duplicazione chiavi e relative macchine taglio chiavi.

Fornisce le conoscenze e competenze necessarie per sviluppare le abilità proprie del tecnico competente nel servizio di installazione, manutenzione e riparazione di serrature meccaniche.



TECNICHE DI MANIPOLAZIONE DEI CILINDRI (FEBBRAIO 2015)

Corso specialistico di secondo livello rivolto a tutti coloro che avendo già delle conoscenze basilari sui cilindri vogliono conseguire **conoscenze specifiche sulle tecniche**



PIAN



di apertura dei cilindri a pistoncino, a cratere e tubolari, delle marche più rappresentate sul mercato italiano.

Il corso si sviluppa in 2 giorni nei quali si forniranno le nozioni di manipolazione dei cilindri, con utilizzo di grimaldelli specifici. Fornisce le conoscenze e competenze necessarie per sviluppare le abilità proprie del tecnico competente nel servizio apertura di cilindri.



CORSO PERIZIE (FEBBRAIO / MARZO 2015)

Corso specialistico di terzo livello rivolto a tutti coloro che avendo già delle conoscenze basilari sulle serrature vogliono conseguire conoscenze specifiche **per poter collaborare in veste ufficiale di consulente e perito per conto di magistrature, compagnie di assicurazioni o privati**. Si svolge in una giornata e sarà effettuato in tre città differenti (nord, centro e sud). Il corso fornisce le conoscenze e competenze necessarie per sviluppare le abilità proprie del tecnico competente nel servizio di consulenza e perizia su serrature.

SERRATURE ELETTRONICHE (MARZO / APRILE 2015)

Corso specialistico di secondo livello rivolto a tutti coloro che avendo già delle conoscenze sulle serrature meccaniche vogliono **conseguire conoscenze specifiche sulle serrature elettroniche**.

Il corso fornisce le conoscenze e competenze necessarie per sviluppare le abilità proprie del tecnico competente nel servizio progettazione e installazione di un sistema di chiusura con serrature elettroniche.



CORSO MEZZI FORTI (APRILE / MAG. 2015)

Corso specialistico di terzo livello rivolto a tutti coloro che avendo già delle conoscenze basilari sulle casseforti e le relative chiusure vogliono conseguire **conoscenze specifiche sulle serrature e chiusure meccaniche ed elettroniche per casseforti, diagnostica, foratura e ripristino, manipolazione**. Il corso si sviluppa in diversi moduli di uno o più giorni. E' possibile la partecipazione ai differenti moduli separatamente. Il corso fornisce le conoscenze e competenze necessarie per sviluppare le abilità proprie del tecnico competente nel servizio assistenza su mezzi forti.

Verderame®

AGRICOLTURA & GIARDINAGGIO



Il volantino AUTUNNALE,
in distribuzione in questi giorni, utile
strumento di vendita per i dettaglianti
e destinato al cliente finale.

Verderame Autunno 2014 seleziona
le migliori proposte e consente una scelta comoda
e vantaggiosa. Tante soluzioni per chi cerca
assortimento e convenienza: stufe e accessori, prodotti per
enologia, prodotti per olivicoltura e tanto altro.

DFL l'evoluzione della specie, anche quella verde.

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

Vendere online: *facciamo sul serio*

Istruzioni per l'uso: i professionisti della comunicazione online ci insegnano a fare business con Google adwords per professionisti della vendita.

Google adwords è uno degli strumenti più efficaci per incrementare le vendite online anche nel settore ferramenta, purché la campagna sia ben strutturata, tenga conto dell'offerta dei concorrenti, e sia ben chiaro cosa si vuole vendere e a chi, avendo stabilito il budget da impiegare in relazione alla tempistica di durata della campagna (*Attenzione, 100 euro al mese servono a ben poco!*).

Nel creare una campagna adwords non si può prescindere dal tempo di cui Google necessita per **darci credibilità, migliorare il punteggio di qualità, il posizionamento dell'annuncio ed il costo per click.**

Il punteggio di qualità (una scala da 1 a 10) che Google assegna e che è visibile in una colonna accanto alle parole chiave del nostro annuncio, è un meccanismo premiante che tiene conto di alcuni parametri: è una stima della qualità degli annunci, delle parole chiave da noi scelte e che attivano gli annunci, e della coerenza con le pagine di destinazione.

Un punteggio di qualità elevato indica che Google reputa annuncio adwords e pagina di destinazione molto pertinenti ed utili per gli utenti che cercano con le keywords proposte, il che **garantisce un costo per click più basso**. Sì, *se utilizziamo poche parole chiave, nelle diverse varianti di corrispondenza (estesa, esatta a frase), pertinenti con il messaggio e coerenti con la landing page, il costo per click richiesto per essere il primo degli annunci è minore rispetto a quello pagato dai concorrenti.* Ricordiamoci che il posizionamento di un

annuncio nella pagina dei risultati di Google, è stabilito automaticamente ogni qual volta un utente esegue una ricerca pertinente, e dipende in primis dal valore offerto per ogni singola keyword, dal punteggio di qualità/pertinenza, ed è influenzato in parte dai dati storici relativi alla navigazione dell'utente, e dai dati storici relativi alle impressioni e ai clic ricevuti dall'URL di visualizzazione (il tempo di permanenza dell'utente sulla pagina..) Quindi, dopo aver:

- **individuato** le macro aree di prodotti/servizi da promuovere, o ancora meglio gli specifici prodotti o linee prodotto,

- **creato** gruppi di annunci specifici e tematici (ad esempio utensileria manuale piuttosto che utensili speciali), **scritti con estro da copywriter e spirito da provetto venditore,**

- **ricercato** le parole chiave che hanno più probabilità di essere utilizzate dai nostri potenziali clienti nelle loro ricerche sul web (pinze, punte, tronchesi piuttosto che pialle, seghe, troncatrici, etc),

potremo avviare la campagna e la lasceremo "girare", monitorandone i risultati.

E' inutile aspettarsi risultati immediati, il primo mese è dedicato all'ottimizzazione, e cioè ad una paziente e attenta limatura di tutto ciò che non funziona, statistiche alla mano, dalle parole chiave, agli annunci che hanno registrato basse prestazioni, all'analisi dei costi. Ciò è reso possibile dai molteplici strumenti che Google



di Paolo Barracano *INTEMPRA*

LE VARIANTI DI CORRISPONDENZA DELLE PAROLE CHIAVE

Aperta

Tutte le frasi che contengono le parole indicate, a prescindere da come sono posizionate (*esempio: ferramenta chiave inglese*)

Estesa

Parola chiave ad elevata pertinenza, compresi sinonimi e altre frasi correlate, anche se non rientrano nell'elenco delle parole chiave indicate. (*esempio: se indichiamo le keyword "ferramenta chiave inglese" con corrispondenza estesa il sistema farà comparire l'annuncio anche nelle ricerche con le keyword "Utensileria chiave a pappagallo"*)

Frase

Le parole chiave ricercate esclusivamente nello specifico ordine nel quale sono state indicate (*esempio "chiave inglese per ferramenta"*)



offe, ed in primo luogo dalla analisi del registro delle keywords ricercate dagli utenti e che hanno attivato la visualizzazione del nostro annuncio.

A livello di parole chiave occorrerà assolutamente stilare e aggiornare frequentemente un elenco di **parole a corrispondenza inversa** ovvero di parole che se aggiunte a quelle indicate tra le nostre keywords, non attiveranno l'annuncio, sia generiche (si pensi alla parola lavoro, impiego, video, usato, o gratuito, etc.) che specifiche: evidenziate nell'elenco dettagliato delle stesse ricerche degli utenti, oppure riguardanti marchi e categorie di prodotti non trattati dal nostro eCommerce.

Le campagne adwords necessitano di un controllo e attenzione quasi giornaliera, considerato che l'andamento delle stesse è condizionato dal numero e dalla aggressività dei concorrenti, che con le loro campagne influiscono nella determinazione del posizionamento dell'annuncio e nel costo per ogni singola parola chiave.

Altro aspetto essenziale è quello relativo al **monitoraggio delle conversioni**, molte aziende producono campagne adwords senza qualificare e quantificare il raggiungimento degli obiettivi che ci si propone: **il numero di registrazioni al sito (nuovi potenziali clienti sui quali effettuare azioni di marketing) o le vendite generate dalla campagna "Pay per click"**.

Oggi, per una realtà che vuole vendere online con il proprio sito, non ha più senso parlare di pagine visitate o di numero di utenti, bensì di utenti registrati o, meglio, di vendite effettuate. Il budget predisposto per la campagna quindi deve essere valutato in funzione di questi risultati e non del

traffico ricevuto.

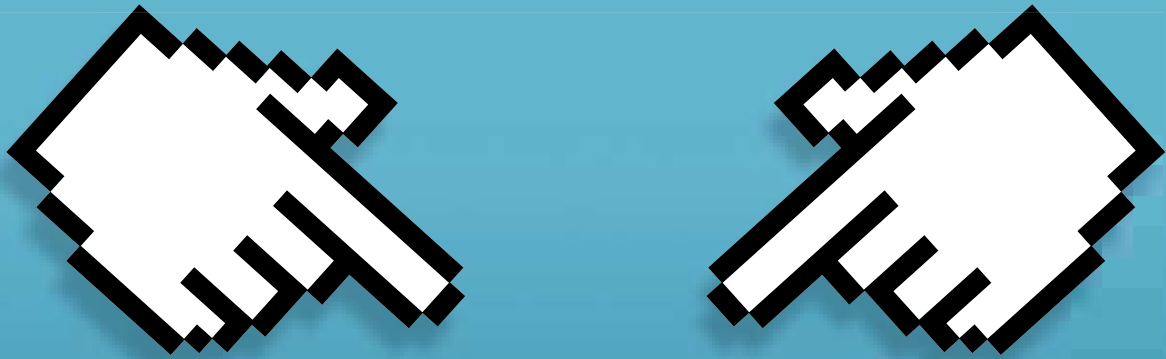
Monitorare le conversioni inoltre ci aiuta a comprendere fenomeni più ampi che possono tornarci utili nella nostra strategia di web marketing, individuando quali sono le keyword e le azioni che convertono di più e meglio.

Ultimo ma non meno importante tra i fattori decisivi di questa particolare e laboriosa attività di marketing è la landing page: la pagina su cui arriva il cliente dopo aver finalmente cliccato l'annuncio. Mandare il cliente sulla homepage del proprio sito è generalmente un errore, una grossa dispersione di budget e di potenziali conversioni. L'homepage nella sua genericità, tra bottoni, immagini, sezioni, rende difficoltosa la ricerca del servizio/prodotto promesso.

E' fondamentale quindi indirizzare l'utente su una specifica landing page che **mantenga le promesse** evidenziate nell'annuncio, e sia **coerente con le keyword della campagna**, oltre che specifica del prodotto o della categoria di prodotti in promozione. Infine è necessario che contenga un invito all'azione ("Call to action"): come, a puro titolo di esempio, **"registrati ora e ricevi subito un buono sconto sui tuoi acquisti online"**, chiaro, preciso e non confondibile con gli altri elementi del sito.

La landing page, può essere realizzata in modo specifico per ogni singolo annuncio/prodotto che si vuol promuovere, oppure può essere una pagina del sito molto ben strutturata a livello di grafica e comunicazione, elementi tutti studiati per il convincimento dell'utente e che hanno un ruolo fondamentale in una partita che si gioca in pochi secondi.

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.



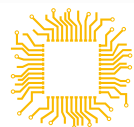
Se siete già arrivati a questo punto perchè non avete tempo di leggere tutto, allora chiamateci, sappiamo già cosa vi serve.

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

Italia Vs

1

-

I PUNTI FONDAMENTALI

1 – Il **grimaldello bulgaro** si chiama così perché a diffonderne la conoscenza è stato un inventore bulgaro

2 – **Consente** di manipolare con destrezza le sole serrature a doppia mappa di vecchia generazione

3 – **Trattandosi di manipolazione** con destrezza, l'utente oltre al danno del furto rischia di subire anche la beffa dell'impossibilità di rivalersi sull'assicurazione

4 – **Le aziende italiane**, in collaborazione con i tecnici esperti di Ersi hanno progettato e realizzato serrature a doppia mappa capaci di contrastare l'attacco con questo tipo di utensile

5 – **Oggi esistono** sul mercato serrature a doppia mappa di nuova generazione, grazie alle quali l'utente può semplicemente sostituire la serratura vecchia ottenendo un ottimale risultato di protezione da questa specifica tipologia di manipolazione

6 – **Con la sostituzione** della serratura vecchia con una di nuova generazione l'utente ha la possibilità di intervenire con ridotti oneri sotto tutti i punti di vista

7 – Per questo **è però necessario** rivolgersi a serraturieri competenti, in grado di proporre e installare la soluzione più adatta



Bulgaria?

O

Grimaldello bulgaro, chiave bulgara, chiavistello bulgaro, e chi più ne ha più ne metta. In realtà bulgaro non è. Il suo nome è frutto di una leggenda metropolitana, che ha generato persino spy story a proposito di 007 internazionali. Ma questo arnese, che tanti grattacapi sta dando alle forze dell'ordine e alle tapine vittime, ha un'origine molto meno avventurosa. E oggi le aziende italiane hanno messo a punto ottime soluzioni per contrastarlo.



Le soluzioni



PER SENTIRSI ANCORA PIÙ SICURI

Ecco una protezione dell'entrata chiave doppia mappa sulla serratura, con dispositivo Disec di schermatura chiave magnetica. Il sistema è disponibile in varie forme e dimensioni. Inoltre può essere collegato ad un sistema di blocco serratura, nel caso in cui questo subisca delle effrazioni.

Dal momento che di questo nefando attrezzo e dei suoi effetti, tanto si è già parlato, tanto si parla e (temiamo) tanto ancora si parlerà, abbiamo voluto cercare di fare il punto della situazione, per dare al mercato una visione più chiara e limpida possibile del problema e delle potenziali o effettive soluzioni.

GLIESORDI

Qualche anno fa, i soci Ersi del capitolo serraturieri, durante una riunione sollevano una questione: un serraturiere bulgaro sta commercializzando e pubblicizzando online un attrezzo particolare, capace di leggere le serrature a doppia mappa, e riprodurre le chiavi, senza

nessun tipo di danneggiamento o effrazione. L'arnese in realtà non è nuovo per gli esperti italiani. Nuovo però è l'approccio commerciale e informativo, che a tutti gli effetti mette in piazza e a disposizione di tutti, un utensile dalle potenzialità tutt'altro che rassicuranti.

Il personaggio viene invitato in Italia da Ersi e partecipa ad un incontro con i serraturieri per confrontarsi sulla tecnologia del grimaldello e capirne di più. E durante l'incontro lo mettono in guardia: "attenzione - avvertono - questo sistema indiscriminato di comunicazione e commercializzazione di un aggeglio così particolare, può rivelarsi assai pericoloso".

Chiaro però a tutti che il fenomeno non si può arginare e gestire. È

INTERVISTA



Davide Boschi, della Falegnameria Boschi di Fidenza

La parola al mercato

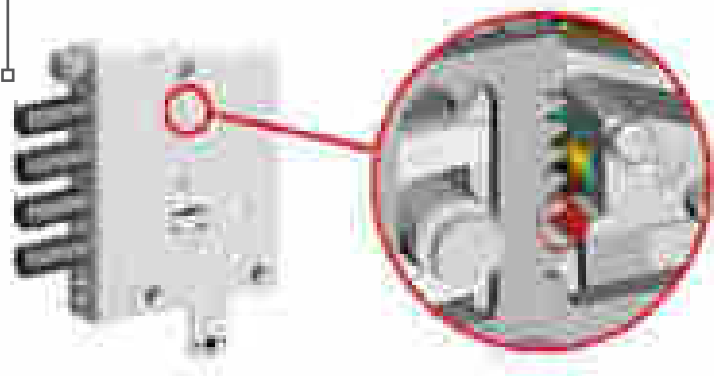
Nell'affrontare la questione, abbiamo anche navigato in internet, alla ricerca di notizie, cronache, pareri e testimonianze. In questo nostro peregrinare, siamo incappati nel sito di una falegnameria, dove il titolare Davide Boschi, approfondiva la questione grimaldello *bulgaro*, con lucidità competenza ed estremo equilibrio, mettendo l'accento su faccende determinanti, come la confusa informazione dilagante e il

pericoloso approccio di sedicenti esperti che di esperto non hanno proprio nulla. E siccome la sua schiettezza ci è parsa subito preziosa, lo abbiamo contattato e intervistato, scoprendo di lui, del suo percorso professionale ma anche personale, cose assai interessanti. Che vogliamo trasferire anche ai nostri lettori.

iferr: Ma che c'entra una falegnameria (perché la sua è una falegnameria, vero?) con il grimaldello bulgaro?

D.B.: Certo che la mia è una falegnameria! Noi siamo nati nel mondo degli infissi in legno. Poi abbiamo iniziato a commercializzare porte blindate. All'inizio mi occupa-

Le soluzioni



RESISTENTE E BREVETTATA

Cisa equipaggia tutte le sue serrature a doppia mappa sia ricicrabili che standard con un sistema resistente al picking che agisce su tutti i sei nottolini bloccando la serratura durante il tentativo di effrazione e ritardandone l'apertura. Il sistema è coperto da brevetto europeo EP2212493 B1.

necessario applicare immediati concreti decisivi correttivi, e la strada percorribile è una sola: quella della progettazione e realizzazione di serrature a doppia mappa, capaci di *resistere* alla manipolazione con quel tipo di grimaldello (divenuto nel frattempo *bulgaro*, in onore di quel famoso bulgaro che per primo lo aveva portato alla ribalta). Le aziende di produzione italiane si mettono immediatamente in moto, supportate da un folto gruppo di confronto voluto da Ersi che vede impegnati produttori e serraturieri con lo scopo di studiare la situazione e proporre soluzioni. E le soluzioni tecniche arrivano, efficaci ed efficienti come sempre. Perché c'è poco da fare: noi italiani, in materia di sicurezza, sappiamo proprio come muoverci.

vo solo degli aspetti commerciali della cosa, poi ho dovuto affrontare anche quelli tecnici, perché clienti e fornitori pretendevano da me non solo l'installazione ma anche l'assistenza post vendita. Così pian piano mi sono costruito una buona esperienza anche in materia di serrature. E oggi in azienda questa, insieme all'amministrazione, è diventata la mia area di competenza.

iFerr: Nel 2012 ha pubblicato un articolo (ancora online) a proposito del grimaldello *bulgaro*, sollevando la questione dell'incompetenza di tanti sedicenti tecnici improvvisati. La situazione a due anni di distanza è ancora così confusa?

D.B.: È peggiorata! E il fenomeno degli improvvisati, è davvero dilagante. Perché più la paura degli utenti si diffonde, maggiore è

l'attenzione commerciale che si attira. Tutto questo si traduce in una marea di personaggi incompetenti, che non fanno altro che sommare problemi a problemi. Che fanno spendere quattrini agli utenti, ma nel migliore dei casi non spostano di un millimetro lo stato della loro sicurezza.

iFerr: Lei è davvero severo!

D.B.: Lo sono, e ho i miei buoni motivi. Fino a qualche anno fa, gli utenti sostituivano le serrature solo in caso di particolare necessità, di un evento più o meno decisivo, come un furto con scasso, una rottura fisiologica e così via. Per questo, si rivolgevano sempre al loro fabbro di fiducia, a un tecnico competente insomma, capace di intervenire sul problema. Di recente invece la tendenza è cambiata.

iFerr: E cosa è accaduto?

D.B.: Che gli utenti hanno iniziato sempre più numerosi, a voler sostituire le serrature esistenti, e non essendo mossi da un qualche evento traumatico, hanno dato la precedenza ai fattori comodità ed economicità, a scapito della professionalità dei loro referenti. Oggi a installare serrature ci provano tutti, provenienti dalle più disparate aree di competenza.

iFerr: Mentre invece?

D.B.: Ma mi spiega lei come faccio a dire che un prodotto è sicuro, o che è meglio di un altro, se non so aprirlo con destrezza, se non lo ho mai analizzato tecnicamente nei suoi meccanismi interni, se non lo conosco davvero insomma? E poi, certo, la doppia mappa di vecchia generazione è

Le soluzioni



PER TUTTI I GUSTI

Mottura propone differenti soluzioni. La sostituzione delle vecchie serrature doppia mappa con nuove del tipo Antidecodue, oppure con nuove chiavi a doppia mappa a duplicazione protetta e carta di proprietà MY KEY (in abbinamento alla leva di blocco B), oppure con cilindro europeo certificato. L'aggiunta, in abbinamento a qualsiasi serratura già installata, di un blocco aste Astablock meccanico e MM Code in versione elettronica messo in commercio dal 1998. L'impiego della serratura principale con chiavi elettroniche a transponder XMODE, che unisce la praticità di funzionamento alla sicurezza del cilindro meccanico con blocco antieffrazione. L'installazione, (in primo impianto e in alcuni casi anche in sostituzione) di serrature PLURISISTEMA che abbinano due sistemi di chiusura tra loro complementari; Doppia mappa di nuova concezione o MY KEY più cilindro europeo in modo da allungare i tempi o scoraggiare i tentativi di manipolazione o scasso

LA QUESTIONE IN SOSPESO

Nonostante l'immediata capacità reattiva del comparto degli specialisti e dei produttori, un problema rimane irrisolto e irrisolvibile, almeno nell'immediato: quello del parco serrature installate, ancora in essere, e difficili da aggiornare in tempi brevi. Perché come si fa a dire alle varie signore Maria di tutta Italia: "se avete una vecchia serratura a doppia mappa, montata sulla vostra porta blindata, sostituitemela subito, con una più moderna e concepita per resistere all'attacco delle più recenti tecniche di manipolazione!"?

Faccenda assai delicata. I serraturieri si muovono come possono, nei loro ambiti locali; lo stesso fanno le aziende di produzione. Ciò

nonostante, minima è l'azione di aggiornamento del parco serrature installate che si riesce a metter in moto.

SCOPPIA IL BUBBONE!

Fino al momento della catastrofe, quando accade quanto paventato dagli esperti dell'Ersi: il grimaldello bulgaro attira l'attenzione delle persone sbagliate, e inizia così una serie di furti (che aumentano in maniera esponenziale) con tanto di danno e di beffa. Sì, perché i malcapitati utenti visitati da ladri muniti di cotanto attrezzo, vengono derubati, e se anche si sono tutelati stipulando una polizza assicurativa, non possono riscuotere il premio. Perché le assicurazioni non riconoscono il furto se non ci

manipolabile con destrezza, grazie a questo famigerato grimaldello ma, un cilindro a profilo europeo, non è la soluzione a priori. Perché anche il cilindro ha i suoi punti deboli, e va installato con le dovute capacità e competenze tecniche.

iFerr: Ci aiuti a capire, per piacere.

D.B.: Le doppia mappa più moderne sono state progettate, anche con il contributo degli specialisti Ersi, proprio per contrastare l'attacco con grimaldello bulgaro, quindi possono essere utilizzate con ottimi risultati. Un cilindro europeo è un'altra possibile soluzione, se se ne conoscono e quindi se ne proteggono, gli aspetti deboli. Inoltre, convertire una serratura da doppia mappa a cilindro comporta oneri maggiori che provvedere semplicemente a una sostitu-

zione, restando all'interno di una medesima tecnologia. Ogni possibile installazione quindi va analizzata e affrontata come un caso a se, che dipende da molti fattori. Allora, ancora una volta perché l'utente spenda davvero bene i suoi quattrini, è importante che il tecnico di riferimento sappia quello che pensa, dice e fa.

iFerr: Chiaro, ma secondo lei, come si acquisiscono queste competenze?

D.B.: Con lo studio, il lavoro e l'impegno. Prima di tutto, bisogna avere l'umiltà di imparare. Il primo passo è smontare le serrature e guardarle all'interno, per comprenderne il funzionamento. Dopo di che è determinante trovare il tempo per affrontare un corretto percorso formativo, partecipando a dei corsi altamente

qualificati e qualificanti, come si fa in Ersi. Ma questi corsi rappresentano la base dalla quale partire.

iFerr: E il gioco è fatto?

D.B.: No, il gioco è iniziato! Le serrature cambiano ed evolvono, e i malintenzionati trovano sempre nuovi sistemi per aprire e scassinare. Un serraturiere allora non può e non deve mollare mai, deve passare ore sulle serrature, a studiarle, manipolarle. Se mi capita di essere nel pieno di un caso di studio che mi interessa, arrivo a chiudermi in laboratorio a lavorare anche in piena notte.

iFerr: Per la gioia di sua moglie?

D.B.: Io lo dico sempre: alle origini di questo mestiere si nascono grossi dissidi coniugali! Perché non ci sono orari, è una professione che ti prende e coinvolge!

sono evidenti tracce di scasso! E il pasticcio è fatto e servito! A questo punto scoppia il caso, gli organi di informazione si interessano alla questione, e pompano ben bene, alimentano a spron battuto le cronache locali e poi anche nazionali. Ancora una volta però sotto inchiesta è la doppia mappa nella sua totalità, senza distinguo e competenza. La sindrome dilaga, gli utenti chiedono più sicurezza, e la chiedono senza discriminare tanto i loro interlocutori. Così si aprono le porte di un nuovo business, sul quale si lanciano un po' tutti, dal vicino di casa prepensoinato al piccolo artigiano del legno, fino ad arrivare all'imbianchino in crisi di fatturato. Risultato: doppia mappa demonizzata, utenti nel panico, interventi

di sostituzione o conversione fuori controllo, mercato tendenzialmente nel caos.

E ADESSO, CHE FARE?

Prima di tutto, è necessario e urgente fare chiarezza in termini tecnici. Perché di questo fantomatico aggeglio, delle sue funzioni, potenzialità e caratteristiche, si è fantasticato fin troppo.

Allora, veniamo al cuore della questione.

• **Il grimaldello nominato bulgaro**, consente la codifica solo ed **esclusivamente** delle **serrature a doppia mappa di vecchia generazione**.

• Effettivamente un ladro esperto competente e dotato di questo strumento, può riprodursi la chiave, entrare in un sito e uscirne ridando

OCCHIO ALLA DISTINZIONE

Le aperture possibili secondo gli esperti vanno divise in due macrocategorie.

- **Aperture con scasso.** Sono quelle che prevedono il danneggiamento della chiusura, sono invasive e rendono assolutamente evidente la mala intenzione dell'atto compiuto
- **Aperture con manipolazione con destrezza.** Viceversa prevedono una notevole abilità: chi viola la serratura lo fa senza lasciare traccia, senza rovinare, senza rompere. E la serratura continuerà a funzionare normalmente, anche dopo la violazione.



Rocco Fusillo,
presidente di Ersi

E quella ad Ersi

Naturalmente, dato l'evidente coinvolgimento di Ersi in tutta questa storia complessa, non potevamo che intervistare il suo presidente, Rocco Fusillo, specialista esperto in riferme e serrature.

iFerr: Ersi ha veramente operato in sinergia con le aziende italiane, per studiare nuovi prodotti resistenti al grimaldello bulgaro?

R.E: Certamente! Quando è stato chiaro il rischio di una commercializzazione indiscriminata di questo attrezzo, abbiamo immediatamente messo in moto una intensa attività di ricerca e studio, per trovare adeguate soluzioni, sedendoci allo stesso tavolo con

i maggiori produttori di serrature a doppia mappa. D'altro canto anche questo fa parte del nostro lavoro e del nostro ruolo anche istituzionale. Ersi, con i suoi soci, da sempre vuole essere anello di congiunzione culturale ma anche tecnico e commerciale, tra forze dell'ordine, mondo della produzione, e utenti finali. E così è andata, tanto è vero che i prodotti nuovi sono già in commercio da oltre un anno.

iFerr: Una capacità reattiva importante, quella dimostrata dalle aziende italiane?

R.E: Le aziende hanno davvero lavorato bene in questo senso. Tanto è vero che non è più necessario convertire la tecnologia a doppia mappa in cilindro europeo, per proteggersi dalle aggressioni con grimaldello *bulgaro*, perché il mercato propone

Le soluzioni



FACILE E VELOCE

Bloxer è un dispositivo universale di blocco dell'asta, invisibile dall'esterno, interamente progettato e costruito in Italia da Cerutti. Facile da installare, non necessita di opere murarie e può essere montato in qualsiasi punto della superficie della porta adiacente all'asta, rendendolo quindi irrintracciabile. Sicuro perché attivato da un radio-comando con codifica Rolling Code, è alimentato con pile alcaline in modo da allungare i tempi o scoraggiare i tentativi di manipolazione o scasso

persino le mandate per chiudere a chiave.

• **Le serrature più recenti però, sono equipaggiate con sistemi** (progettati, prodotti e testati anche grazie al supporto dei tecnici Ersi) **in grado di rendere inefficace tale grimaldello.**

• L'utente quindi può sostituire la sua serratura a doppia mappa, senza necessariamente dover convertire il sistema al cilindro di tipo europeo, e senza rinunciare alla sicurezza di non essere più esposto alle manipolazioni con grimaldello bulgaro.

• Per tutto questo però, **è necessario rivolgersi a persone competenti e preparate**, perché altrimenti si rischia solo di peggiorare ulteriormente la situazione.

soluzioni a doppia mappa di ultima generazione, ottime e veramente ben concepite e realizzate.

iFerr: **Resta però il problema del parco serrature esistenti, che rimangono comunque attaccabili?**

R.E.: Purtroppo è così. E per questo noi non possiamo che continuare a fare quello che già stiamo facendo. Ovvero comunicare con il pubblico, localmente ciascuno per il suo specifico bacino d'utenza, ma anche su scala nazionale, facendo valere il nostro ruolo istituzionale associativo di esperti qualificati e accreditati, quando gli organi di informazione ci danno spazio.

iFerr: **Da specialista e presidente Ersi, come vorrebbe che si evolvesse ulteriormente, la situazione?**

R.E.: Quello che sta accadendo, a proposito di sicurezza, merita certamente più di una riflessione. Ora, dal mio punto di vista il mercato avrebbe davvero tanto bisogno di maggiori punti di riferimento qualificati e specializzati, nell'ambito dell'installazione. Per ottimizzare gli sforzi degli esperti Ersi e delle aziende, è infatti necessario che i referenti tecnici degli utenti finali siano preparati consapevoli e corretti. Altrimenti si è sempre punto e a capo.

iFerr: **Secondo lei ci sono spazi commerciali aperti per nuovi specialisti qualificati?**

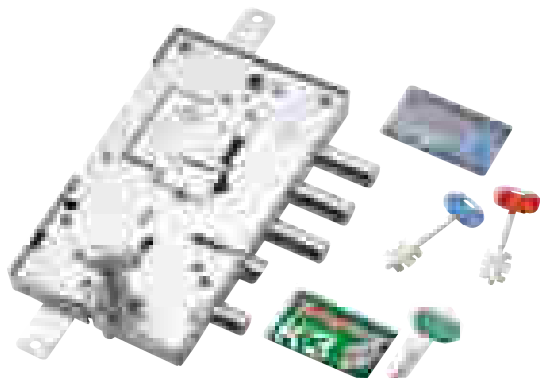
R.E.: Lo spazio c'è, anche se come in ogni mercato non è infinito. Oggi a installare sicurezza ci sono davvero un sacco di improvvisati. Questo anche perché evidentemente il numero degli specialisti non è sufficiente a far fronte a

tutte le necessità dei consumatori finali.

iFerr: **Quindi si tratta solo di acquisire le competenze, poi il business viene da se?**

R.E.: Non esageriamo! Perché essere serraturiere qualificato e specializzato non significa solamente conoscere tecnicamente i prodotti in commercio, le loro caratteristiche, peculiarità, punti di forza e di debolezza. Vuol dire anche essere credibili e affidabili, saper strutturare un corretto servizio di assistenza pre e post vendita, essere circondati da collaboratori consapevoli degli aspetti più delicati del loro lavoro, avere la coscienza di mettere al primo posto le reali esigenze del cliente. Questo atteggiamento, insieme alle competenze e alla capacità di aggiornarsi, fa la differenza e di certo alimenta un business interessante.

Le soluzioni



A TUTTA GAMMA

In risposta agli attacchi con grimaldello bulgaro, Securemme ha sviluppato nella sua linea di serrature a doppia mappa Securmap tre brevetti che bloccano completamente questo attrezzo. Ha inoltre introdotto la chiave a duplicazione protetta: per poter duplicare la chiave è necessario affidarsi a dei punti vendita qualificati Team Securemme dove viene richiesta la security card in dotazione esclusiva a ciascuna serrature. Securemme ha introdotto il concetto Securmap in quasi tutte le sue produzioni di serrature: serrature da infilare, per basculanti e garage (unica soluzione attualmente in commercio con queste caratteristiche), per casseforti.

NON SOLO BULGARI

A ben vedere, grimaldello *bulgaro* a parte, appare chiaro come le serrature a doppia mappa di vecchia generazione presentino alcune inevitabili caratteristiche, che le rendono particolarmente esposte a differenti tipi di attacco. Per questo, è quanto mai opportuno che il mercato degli specialisti porti avanti una corretta campagna di comunicazione che stimoli il consumatore ad aggiornare i sistemi di chiusura più obsoleti.

LA SICUREZZA DEMOCRATICA!



Sergio Olivi, consigliere di O.M.R. (Moia)

Sergio Olivi è consigliere O.M.R. (MOIA), azienda che progetta e produce serrature fin dal secondo dopoguerra, e che dal 2006 è entrata anche nel mondo della sicurezza d'alta gamma. Con lui abbiamo parlato di soluzioni tecniche in grado di contrastare l'attacco del grimaldello *bulgaro*, e alla portata di tutti.

iFerr: Olivi ma davvero esistono serrature a doppia mappa che non possono essere manipolate con il grimaldello *bulgaro*?

S.O.: Certo che esistono, e io lo posso dire a ragion veduta, dal momento che tutte le doppie mappe da noi prodotte e presenti sul catalogo della mia azienda lo sono.

iFerr: Come siete arrivati alla definizione di questo prodotto?

S.O.: Tutto è avvenuto con grande tempismo. Stavamo rivedendo tutte le nostre serrature a doppia mappa, che volevamo aggiornare e migliorare nelle loro prestazioni complessive. In quel momento siamo venuti a conoscenza del potenziale pericolo di diffusione indiscriminata di un utensile che avrebbe creato non pochi grattacapi a tutti quanti. Così abbiamo deciso di lavorare ai nuovi progetti partendo proprio da questo, a lo abbiamo fatto anche in collaborazione con i tecnici esperti di Ersi.

iFerr: Quindi tutti i nuovi progetti sono nati dall'esigenza prima di resistere al grimaldello *bulgaro*?

S.O.: Di fatto sì, anche se naturalmente si è lavorato contemporaneamente anche al miglioramento e al perfezionamento di tanti altri dettagli.

iFerr: Non sarebbe stato più semplice orientare la vostra produzione su articoli meno delicati come i cilindri a profilo europeo?

S.O.: Prima di tutto, chi dice che i cilindri siano meno delicati? Hanno anche loro delle aree e degli aspetti di vulnerabilità. Nel nostro catalogo certamente abbiamo inserito anche i modelli a cilindro, ma la questione va ben oltre, e per questo abbiamo creato una doppia offerta, di cilindri, ma anche di doppia mappa.

iFerr: In che senso, la questione va ben oltre?

S.O.: Che non si risolvono i problemi eliminando dalla faccia della terra un prodotto storico e per molti aspetti più che funzionale! Anche perché gli utenti devono poter scegliere, migliorare la loro sicurezza con il minimo incomodo e il più equilibrato investimento possibile. Convertire una chiusura da doppia mappa a cilindro può certamente funzionare, se la conversione è generata da una testa pensante ed esperta, ma di fatto non rappresenta la soluzione meno onerosa, per i consumatori finali. Allora credo sia determinante che ciascuno sia libero di scegliere in base alle proprie esigenze e possibilità, ma senza rinunciare alla qualità del risultato finale.

iFerr: Una sorta di sicurezza democratica insomma?

S.O.: Mi piace, è giusto! È proprio così che dovrebbe funzionare. Sicurezza per tutti, per tutte le tasche e tutte le esigenze. Ma comunque sicurezza!

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



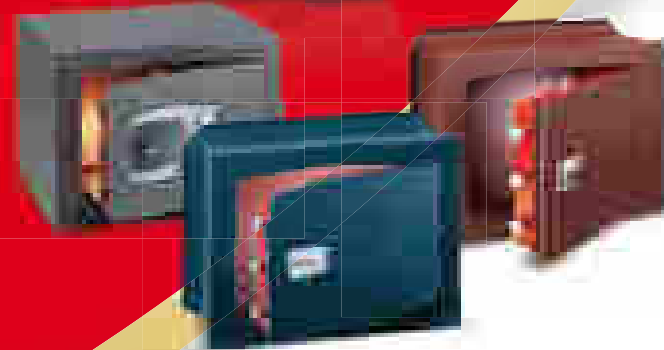
*Pat. Pending

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



Tajima

Since 1909

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



Da oltre 100 anni
produttori
d'ecceellenza



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





Software per la filiera ferramenta

IL MEGLIO A TUA DISPOSIZIONE

Service

*Software per il tuo negozio
e/o punto vendita*

Costumer

Quality

*Software per la
distribuzione ferramenta*

*Software per i produttori
di ferramenta*

Efficiency

Reliability

- Semplifichiamo i vostri processi*
- Riduciamo i costi di gestione*
- Esperti di processi, non solo informatici*

Consulenza ed informatica per PMI
Per la filiera ferramenta e brico in tutta Italia
www.buildingthefuture.it - Tel. 0362 1794998

Buone le *intenzioni, ma...*

<i>Non sufficiente</i>	@@@@
<i>Sufficiente</i>	@@@@
<i>Discreto</i>	@@@@
<i>Buono</i>	@@@@
<i>Ottimo</i>	@@@@

Legenda

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! Invitiamo i rivenditori dettaglianti nostri lettori, a scrivere a facciamoweb@iferr.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.

<http://www.givigomma.it>

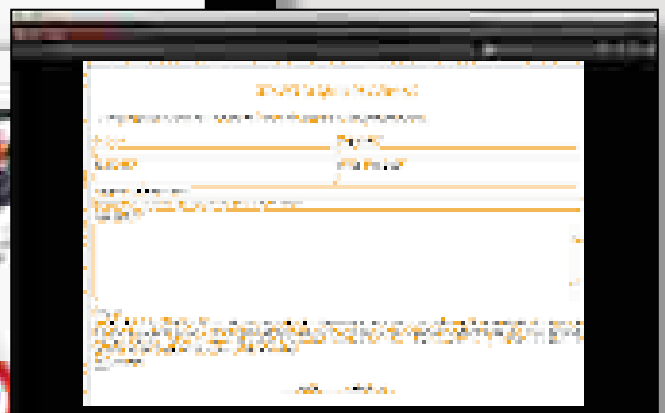
Grafica @@@@@ / Accessibilità @@@@@ / Contenuti @@@@@

Valutazione Generale: @@@@@



Givigomma è l'azienda della famiglia Vincenzi, che da oltre 50 anni rappresenta un punto di riferimento nel mercato. Givigomma è evidentemente non interessata a fornire alla propria clientela il servizio della vendita online almeno per quanto ci sia possibile vedere dal sito ufficiale dell'azienda; per trovarlo è indispensabile digitare il nome dell'azienda nel motore di ricerca poiché non abbiamo trovato altre indicizzazioni. È un sito che si presta molto bene, e unicamente, alla presentazione dell'azienda, alla propria filosofia, alla qualità del servizio, ed alla presentazione degli

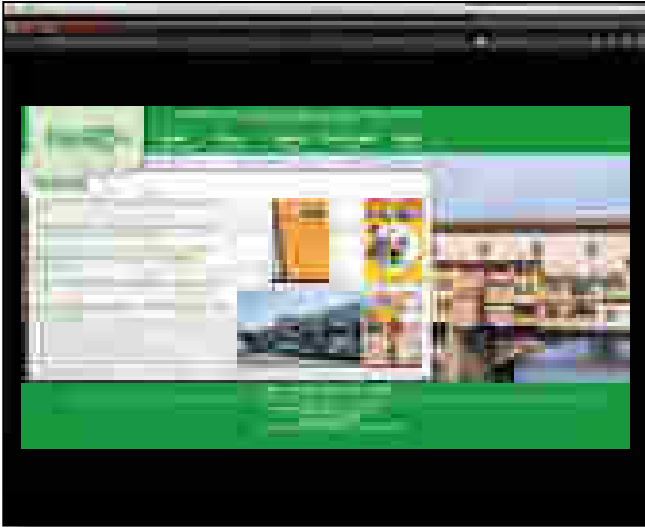
articoli trattati. La presentazione degli articoli è fin troppo essenziale e quindi poco utile. Per fortuna sono visualizzabili i cataloghi digitalizzati e così almeno le informazioni sui prodotti sono quasi tutte presenti. Anche l'architettura tecnica del web presenta alcuni difetti che impediscono una navigazione fluida. Givigomma offre i propri servizi a dettaglianti ed alla distribuzione moderna; valutando la ricca gamma di prodotti presenti nei cataloghi digitali c'è veramente da chiedersi perché scelga di rinunciare ad uno strumento evoluto ed efficace (...per chi lo sa progettare) come il b2b.



<http://www.ferramentacobianchi.it>

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

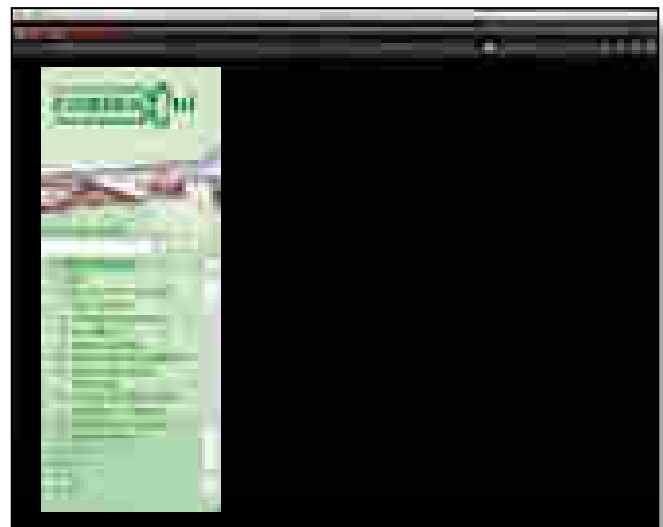
Valutazione Generale: @@@@



Sita nel cuore di Firenze, Cobianchi ha sempre rappresentato l'ingrosso di ferramenta regionale offrendo un servizio impeccabile con circa 15 agenti ed oltre 20 milioni di fatturato. Digitando *ferramenta ingrosso toscana* tra i primissimi risultati troviamo Ferramenta Cobianchi. Quest'importante realtà, nel suo sito ufficiale, sorprendentemente, offre spazio e visibilità alla sua clientela, indicando al navigatore dove questa è ubicata. Altro servizio utile è nella sezione *Marchi distribuiti* dove sono presenti una cinquantina di marchi di produttori nazionalmente noti, con la possibilità di cliccarci su ed entrare direttamente nei loro siti.

Il sito-web [ferramentacobianchi.it](http://www.ferramentacobianchi.it) è graficamente e strutturalmente

datato e non prevede in alcun modo il b2b. E' invece utilizzato il digitale per consentire la visualizzazione degli articoli, a patto di sapere esattamente a quale famiglia merceologica appartengano e come chiamarli. Da *ricerca prodotti* si può tentare la fortuna ed immettere direttamente il nome, o un componente del nome dell'articolo cercato; le informazioni sono comunque scarse ed essenziali. Nella home-page i cataloghi digitali sfogliabili disponibili non sono recenti e non vi sono *news* ma soltanto un tasto *Novità Assortimento*. Con un'azienda come questa, che eccelle per serietà, assortimento e servizio, un sito ben strutturato ed adeguatamente seguito darebbe risultati strabilianti. Peccato!



La tecnologia *che ha polso*

Gli orologi di ultima generazione, detti anche smartwatch, stupiscono per intelligenza. Sono tecnologici, originali e seducono per la loro versatilità. Scopriamo assieme i modelli più cool...

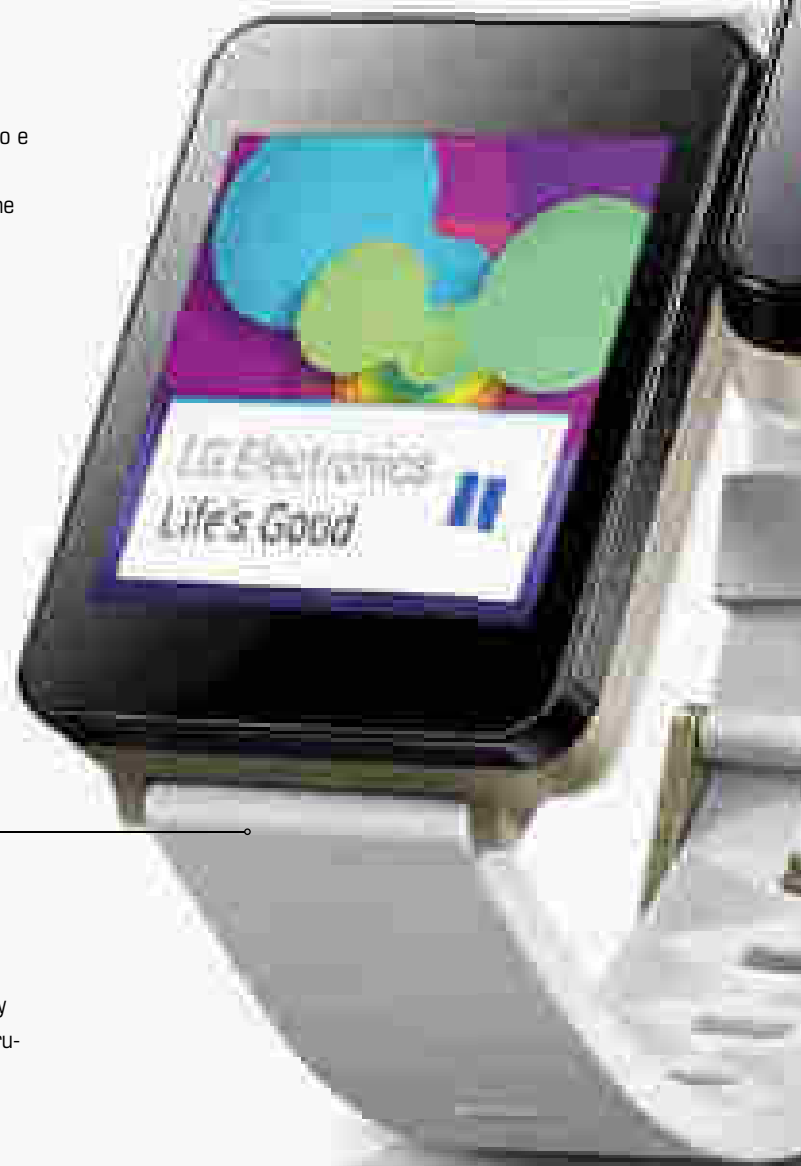
Gli smartwatch racchiudono in sé le caratteristiche di un orologio e quello di uno smartphone. Un gioiello di perfezione e tecnologia che è diventato un must have tra i personaggi famosi, ma anche tra i comuni mortali.

Se al loro debutto sono stati concepiti sostanzialmente per gli sportivi, perché racchiudevano funzioni specifiche per il fitness e l'allenamento, come il contapassi e il cardiofrequenzimetro, oggi sono veri e propri gioielli tecnologici in grado di mandare mail e messaggi, fare telefonate, sostituire il lettore mp3. Insomma, un piccolo miracolo di tecnologia, diventato quasi indispensabile nella vita quotidiana.

Ecco la nostra personale gallery dei migliori modelli sul mercato. C'è solo l'imbarazzo della scelta...

Comandi vocali

G Watch di LG è uno smartwatch realizzato in acciaio inossidabile rivestito in PVD. La sua particolarità sta nella possibilità di impartire anche comandi vocali. Ha una buona resistenza all'acqua. E' dotato di un display IPS Always-On da 1.65 pollici. Dispone di un device powered by Android Wear™, il sistema operativo di Google che consente di usufruire della piattaforma Android agli smartwatch.





A tutto sport

Quando si parla di Nike non si può non pensare allo sport e alle sue esigenze. Nike+ SportWatch GPS powered by TomTom è nato proprio per gli sportivi, è dotato di ricevitore GPS e sensore Nike che va inserito nelle scarpe per ricevere dati precisi sull'andatura e sulle distanze percorse durante la corsa, all'aperto e al chiuso, anche in assenza di segnale GPS. E' dotato di altre funzionalità dedicate all'atleta e utili in fase di allenamento. Ti permette di aggiungere proprietà personalizzate e funge da motivatore grazie a segnali acustici, promemoria durante gli allenamenti e sfide. Inoltre, misura tempi, distanza, andatura, velocità, frequenza cardiaca e calorie bruciate.



A tempo di Fitness

WearIT è la vera novità nel campo degli smartwatch. Si14 ha lanciato sul mercato questo orologio che utilizza Android 4.0 e lo rende molto vicino ad uno smartphone. C'è la possibilità di collegarlo Wi-Fi e Bluetooth ad uno smartphone o ad un router. E' pensato per lo sport, il fitness, ma non solo. Ha una memoria di 4 GB che gli consente di poter caricare qualsiasi tipo di cartografia vettoriale e renderlo così un vero e proprio navigatore cartografico da polso. Può funzionare indipendentemente dal cellulare, e garantisce molteplici applicazioni sportive per tutte le esigenze. E' dotato di un cloud dal quale sarà possibile scaricare le app più utili per lo svago e lo sport. Ovviamente, se lo si collega allo smartphone, si potrà essere avvisati in caso di chiamate, sms, e-mail e notifiche varie.

All in one

Lo SW2 di Sony Mobile è uno smartwatch compatibile con Android e dotato di NFC one-touch. Si può ascoltare musica con un auricolare Bluetooth e contemporaneamente comunicare con lo smartphone per controllare messaggi, e-mail, appuntamenti, chiamate e tutte le notifiche dei social network. Si può chiamare o rispondere alle telefonate. All'occorrenza è anche un orologio, sobrio ed efficiente.



Personal trainer

É la scelta ideale per chi desidera avere con sé un personal trainer. É, infatti, dotato di cardiofrequenzimetro, contapassi e ha differenti modalità di allenamento. Insomma, uno strumento in grado di seguirvi durante l'attività fisica e darvi suggerimenti utili per raggiungere gli obiettivi. Ha un design moderno e accattivante, è confortevole ed ergonomico grazie al suo display curvo Super AMOLED touchscreen. Ergonomico e con finiture di alta qualità, Samsung Gear 2 permette di restare sempre connessi con gli altri dispositivi Samsung.



Durata eccezionale

HUAWEI TalkBand B1 è una smartband pensata per il monitoraggio dell'attività fisica e la visualizzazione di notifiche, chiamate, sms e altro. Dispone di un auricolare wireless Bluetooth 4.1 integrato e removibile, che permette fino a sette ore di chiamate non-stop e uno schermo flessibile da 1,4 pollici OLED. Può supportare chiamate wireless sia su iOS 5.0 che su dispositivi Android 2.3. Ricarica USB. Ha una certificazione IP57 per resistenza ai liquidi.



L'apparenza inganna

L'apparenza inganna. Infatti, Cookoo sembra un orologio tradizionale, ha una cassa solida e ha le classiche lancette che ricordano in tutto un orologio. Ha quattro pulsanti laterali (Light, Mode, Connect e Command) e la classica rotella per impostare l'orario in modo analogico. Ma poi racchiude in sé molteplici caratteristiche assolutamente d'avanguardia: innanzitutto il suo schermo si connette via Bluetooth allo smartphone. E' in grado di visualizzare le notifiche, le e-mail e i messaggi ricevuti. Inoltre, registra le chiamate perse, le notifiche dei social network, i promemoria e il calendario. Può anche essere utilizzato come allarme per ricordare il proprio smartphone: infatti suona quando ci si allontana di oltre 10 metri dal cellulare.



Un occhio al cuore

TomTom Runner Cardio consente di praticare un'attività sportiva selezionando un programma di allenamento disponibile tra le cinque zone d'intensità proposte sul display, create per raggiungere i propri obiettivi di forma. Lo smartwatch tiene costantemente monitorata la frequenza cardiaca attraverso un sensore che è a contatto con la pelle del polso. E' uno strumento indispensabile anche per monitorare le prestazioni atletiche, infatti registra la distanza percorsa, l'andatura, la velocità, il tempo e le calorie consumate. Ha una compatibilità multiplatforma che consente di rilevare e analizzare i dati e le statistiche di miglioramento sui siti specializzati nella corsa.



Vivace e trendy

Garmin Vivofit è uno smartwatch che vi segue passo dopo passo. Disponibile in più colori, è leggero e pratico, ideale da portare con sé durante l'attività fisica. E' un bracciale da indossare 24 ore su 24, dedicato all'attività fisica, che può conteggiare passi, i km percorsi, indicare le calorie bruciate, controllare il sonno e stimolare il movimento grazie ad una barra motivazionale rossa. Vivofit Garmin è un valido alleato per una sana vita quotidiana. Tra le sue applicazioni, risulta molto utile la memoria delle attività svolte e il report dei miglioramenti registrati. La confezione contiene il cinturino in due misure e un adattatore Bluetooth USB per poter sincronizzare i dati del dispositivo con un PC o Mac.

Tondo e performante

Moto 360 è lo smartwatch di Motorola. La sua caratteristica principale sta in un design accattivante che prevede una cassa rotonda, davvero inusuale. E' la risposta glamour a tutti gli smartwatch che scelgono di stupire solo per le loro performance e per la tecnologia. Moto 360 vuole unire, invece, design e prestazioni eccellenti.



Allenamento senza fine

Allo smartwatch Acer, Liquid Leap, non manca davvero nulla. E' una via di mezzo tra smartwatch e smartband, perché condensa in sé tutte le proprietà di entrambi. Infatti, è in grado di ricevere notifiche, sms e avvisi da uno smartphone ma risponde anche alle esigenze degli appassionati del fitness. La sua caratteristica principale sta in una durata extra: infatti la sua batteria dura tra i 5 e i 7 giorni. Ha una struttura sottile (17 millimetri di spessore) e poco ingombrante; ha un design contemporaneo ed essenziale che lo fa sembrare un braccialetto più che un orologio. Non ha Android Wear come sistema operativo ma utilizza una piattaforma proprietaria che, tramite un display integrato, mostra le notifiche, sempre che venga abbinato a un telefono compatibile. Verrà commercializzato assieme allo smartphone Acer Liquid Jade.



Lo smartwatch per tutti

Dal design unico e accattivante, i'm Watch è un orologio in grado di connettersi con tutti via Bluetooth. Si connette, infatti, a più sistemi e più telefoni: Android 4.0+, iOS 4+ e BlackBerry 10+. Viene fornito con differenti app già integrate come meteo, borsa, news, calcolatrice e fusi orari, per soddisfare tutte le esigenze. i'm Watch comunica con il proprio smartphone, mostrando sul suo display tutti i messaggi che si ricevono ma anche le chiamate, ovunque sia lo smartphone. S sofisticato, pratico e dalle linee pulite, è la scelta ideale per chi desidera rimanere sempre connesso.



OCCHIO AL TEMPO!



WWW.OROLOGISTOCK.COM

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

IMORELLATO



SECTOR



D&G
TIME



PRYNGEPS
MILANO 1956



GUESS



NAUTICA
WATCHES

BREIL
TIME

iProtagonisti • magazine di iFerr

Nuovo listino **NOBEX 2014**



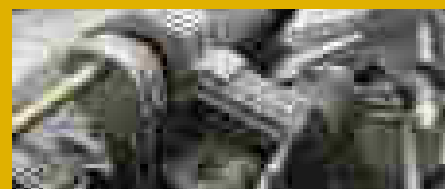
Nobex, nata nel 1992, è un'azienda di riferimento nella progettazione, produzione e distribuzione di sistemi per il fissaggio. I prodotti nascono per soddisfare le molteplici esigenze dei diversi settori di applicazione dei tasselli, dalla ferramenta all'edilizia fino all'idrotermosanitario e all'elettrico. Ora Nobex presenta al mercato il nuovo listino 2014. Uno strumento ragionato e pratico per facilitare l'identificazione dei prodotti, il loro utilizzo e il prezzo. Si apre con l'indice dove tutti i prodotti, differenziati per famiglie, vengono

raffigurati con le principali caratteristiche: le certificazioni, i materiali su cui possono essere utilizzati, le novità. Un utile catalogo sintetico. Prosegue poi il listino vero e proprio dove con una grafica chiara vengono rappresentati i prodotti con codice, descrizione, pezzi per confezione, pezzi per imballo, peso e prezzo. Infine l'indice per codice prodotto completa la facilità di ricerca. Un utile strumento che presenta la gamma completa di un'azienda sempre alla ricerca di soluzioni innovative e funzionali. www.nobex.it

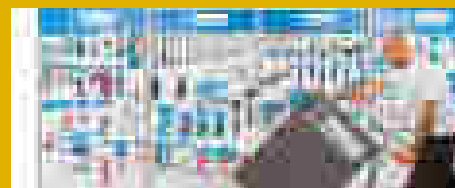
SOMMARIO

**I protagonisti
di questo numero:**

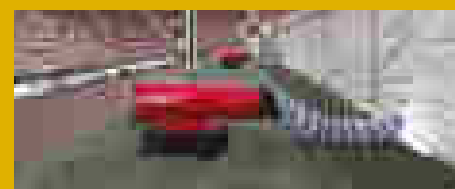
pag. 86 - KEYLINE



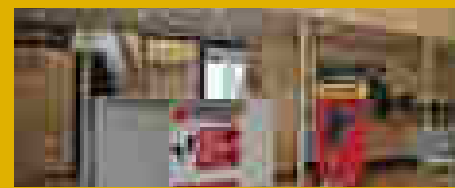
pag. 88 - FERVI



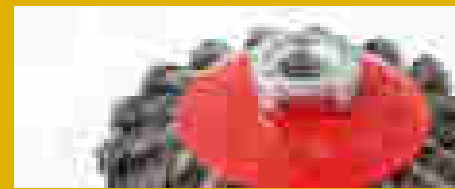
pag. 90 - BIEMMEDUE



pag. 92 - QUADRIFOGLIO



pag. 94 - INECO





KEYLINE

L'innovazione *paga!*

Nel giro di pochi anni Keyline diventa un riferimento nella progettazione e produzione di chiavi, macchine duplicatrici e sistemi transponder. Competenza tecnologica e innovazione costante le chiavi del successo di un'azienda in continua crescita.

Keyline, con sede a Conegliano in provincia di Treviso, è un'azienda innovativa nel contesto globale della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. È un importante referente nella tecnologia **delle chiavi auto con transponder** e mantiene un focus costante **nell'innovazione continua di prodotto e di servizi** per gli specialisti della sicurezza. Keyline ha costruito in pochi anni un brand conosciuto in tutto il mondo, con filiali che operano in Germania, Stati Uniti, Cina, UK e recentemente anche in Italia. Più di sessanta sono i distributori in tutto il mondo. Altro elemento di spicco è **l'elevata competenza tecnologica** che ha

“Importante referente nella tecnologia delle chiavi auto con transponder, mantiene un focus costante nell'innovazione continua di prodotto e di servizi per gli specialisti della sicurezza”



permesso a Keyline di siglare importanti partnership con i maggiori gruppi nel settore dei ricambi automobilistici. Tutto questo si è tradotto in una crescita in termini di fatturato, volumi produttivi e personale altamente qualificato con ampie competenze nell'elettronica e nella meccanica, per garantire la presenza e l'assistenza ai propri clienti.

LE NOVITÀ 2014

Keyline considera l'innovazione tecnologica un suo grande punto di forza. E la dimostrazione sono i tre nuovi prodotti presentati nel 2014.

“Camillo Bianchi, è uno strumento preciso, semplice e personalizzabile, studiato per accelerare il processo di riconoscimento della chiave per la duplicazione”

La serie Ninja, con il suo originale design compatto, la grande funzionalità e la semplicità del nuovo software LigerKeyline, diventa ancora più propositiva con due nuovi modelli.

Ninja Laser unisce in una sola macchina due tecnologie di duplicazione: una fresa circolare a doppia velocità e un fresino a candela per duplicare con la massima efficienza chiavi piatte porta e auto, laser e Tibbe a codice, a decodifica o con inserimento della cifratura.

Ninja Vortex eleva gli standard di velocità e precisione nella cifratura e taglio delle chiavi di alta sicurezza, punzonate e laser grazie a una tecnologia basata sull'azione combinata di tre assi e a un ampio database. Il sistema di incisione permette di personalizzare la testa metallica delle chiavi

senza la necessità di rimuovere la chiave dal morsetto.

Terza stella è **Camillo Bianchi**, il lettore di profili di chiavi piatte a singolo e doppio lato dedicato al pioniere della moderna duplicazione meccanica ed elettronica. È uno strumento preciso, semplice e personalizzabile, studiato per accelerare il processo di riconoscimento della chiave per la duplicazione. Inserendo la chiave si ottengono in meno di tre secondi le indicazioni delle referenze migliori e le relative posizioni per trovarle in magazzino, visualizzate sul display da 7 pollici.

Ninja Laser, Ninja Vortex e Camillo Bianchi testimoniano la capacità da parte di Keyline di aprire nuovi orizzonti nel panorama sempre più hi-tech della duplicazione delle chiavi. www.keyline.it





FERVI

L'attrezzo è servito

Cinquemila articoli di ferramenta, utensileria, strumenti di misura e di consumo veicolati attraverso un catalogo e un sito studiati per essere delle vere guide alla scelta e all'acquisto del prodotto giusto. A completamento un servizio efficiente e tempestivo.

Fondata nel 1978 Fervi è da tempo considerata un vero e proprio punto di riferimento per i professionisti, per le officine e per gli appassionati del fai-da-te. Con una distribuzione capillare, oltre 3500 rivenditori

coordinati dall'area manager Italia tramite una rete vendita consolidata, e un catalogo innovativo, non un semplice elenco di prodotti e referenze, ma l'espressione concreta dei valori aziendali e dell'atteggiamento da vero partner-in-business, Fervi offre al suo mercato di riferimento - rivenditori e grossisti, con un occhio alla gds/gdo - prodotti di ferramenta e macchine utensili con un rapporto prezzo/qualità altamente competitivo, un servizio di consegna efficiente e tempestivo **(con spedi-**

“Fervi offre al suo mercato di riferimento prodotti di ferramenta e macchine utensili con un rapporto prezzo/qualità altamente competitivo, un servizio di consegna efficiente e tempestivo ed un eccellente servizio post-vendita”



zione entro il giorno successivo all'ordine) ed un eccellente servizio post-vendita, affidabile e puntuale.

CATALOGO E SITO: I SUPPORTI AD UNA GAMMA IN EVOLUZIONE

Fervi si distingue per il costante ampliamento della gamma dei prodotti offerti: nell'ultima edizione del catalogo lanciata a marzo 2014 si contano circa 5000 referenze sempre disponibili a magazzino (ben oltre 1000 referenze in più rispetto all'edizione del 2012) suddivise in 4 Product Group e 36 famiglie prodotto, **per rendere ancora più facile e immediata la ricerca, la consultazione, l'acquisto e la vendita dei prodotti** Fervi. Tutti i contenuti del catalogo sono sempre consultabili online anche sul sito **fervi.com**, costantemente aggiornato per fornire un altro **supporto concreto** al dialogo tra l'azienda e clienti **semplificando realmente il lavoro** di ognuno: infatti basta un semplice click per visualizzare tutte le schede tecniche dei prodotti con relativi prezzi, per visionare le offerte promozionali lanciate nell'home page, per consultare l'elenco completo di tutti i punti vendita e showroom a marchio Fervi, per visionare le

“Il programma “Fervi arreda il tuo spazio”, offre soluzioni modulari di arredo ed esposizione riservate gratuitamente a tutti i rivenditori autorizzati con lo scopo di incrementare il fatturato e il rendimento a metro quadro di ogni negozio o showroom Fervi”

soluzioni di arredo disponibili gratuitamente per i rivenditori autorizzati, per contattare l'assistenza tecnica o l'ufficio commerciale. Inoltre il sito – disponibile anche in inglese e spagnolo – offre la possibilità di consultare e scaricare i manuali d'uso e manutenzione dei principali prodotti.

I SERVIZI AL RIVENDITORE

Fervi ha costruito negli anni un rapporto di stima e fiducia con i propri rivenditori, attraverso un servizio attento e mirato alle loro esigenze di business, ne è un esempio il programma **“Fervi arreda il tuo spazio”**, che offre **soluzioni modulari di arredo ed esposizione** riservate gratuitamente a tutti i rivenditori autorizzati con lo scopo di incre-

mentare il fatturato e il rendimento a metro quadro di ogni negozio o showroom Fervi. Newsletter mensili, promozione continua in corso d'anno e la partecipazione di Fervi alle principali fiere di settore in Italia e all'estero (solo per citarne alcune: BIMU, Autopromotec, Colonia, Brno, Bilbao, Bucarest) completano lo scenario presente ma anche futuro di un'azienda, che non si accontenta di rispondere alle richieste del mercato, ma si impegna costantemente a intuirle, ricercarle e prevederle in anticipo, attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti, nuove soluzioni e nuove esigenze da soddisfare. Lo dimostrano i 300 nuovi articoli da lanciare entro fine 2014 e le oltre 500 referenze già in valutazione per il 2015. **www.fervi.com**



Stefano Bellino



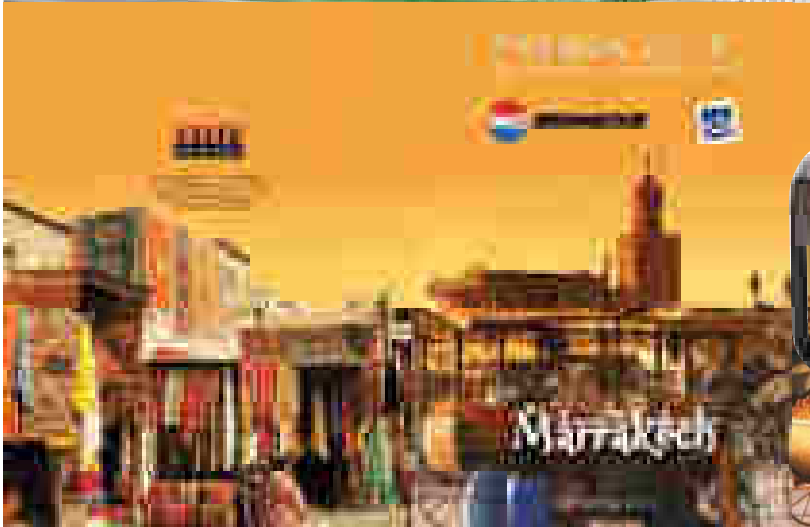
BIEMMEDUE

Generatori *di business*

**Generatori d'aria calda e prodotti dedicati al cleaning
sia professionale che per la ferramenta e utensileria,
proposti con un servizio attento ed efficiente. E un
fiore all'occhiello: la produzione 100% made in Italy.**

Fondata nel 1979, Biemmedue è un'azienda di riferimento nella progettazione e produzione di generatori d'aria calda, deumidificatori professionali, idropultrici e moto spazzatrici. L'azienda ha sede principale a Cherasco dove vengono studiati e realizzati i generatori d'aria calda a marchio Arcotherm ed Oklima ed i deumidificatori Arcodry. L'azienda conta sulla professionalità di 120 **collaboratori che compongono una struttura efficiente** che assicura al cliente un servizio commerciale attento, formazione e assistenza tecnica, installazione, messa in servizio e manutenzione dei prodotti. Abbiamo chiesto a Stefano Bellino, direttore commerciale Italia di raccontarci dell'azienda e degli obiettivi futuri.

“Investiamo costantemente nella progettazione e produzione di nuovi prodotti per offrire al canale ferramenta e utensileria articoli sempre più in linea con le loro esigenze”



iFerr: Innanzi tutto Bellino, quali sono i progetti che avete in campo?

S.B.: Il nostro obiettivo è quello di continuare a crescere, nonostante il difficile momento del mercato italiano. Abbiamo fatto investimenti consistenti con la **nuova divisione aspiratori** di Codogno in provincia di Lodi che produce secondo i più alti standard qualitativi aspirapolveri e liquidi professionali e industriali; un'importante integrazione ai nostri articoli riservati al settore del cleaning. Investiamo costantemente nella **progettazione e produzione di nuovi prodotti** per offrire al canale ferramenta e utensileria articoli sempre più in linea con le loro esigenze. In questo processo è indispensabile incentivare e consolidare la rete vendita per poter coprire in modo capillare il territorio. Altro obiettivo per noi importante è consolidare la nostra presenza presso quelle che io chiamo "specialisti del settore". Realtà altamente specializzate, importanti da presidiare.

iFerr: Quali sono i vostri punti di forza?

S.B.: Oggi sicuramente Biemmedue si colloca tra i principali attori del settore cleaning, è infatti un produttore a livello

"Poter avere in pronta consegna un prodotto stagionale come i generatori di calore è un vantaggio estremamente apprezzato e questo ci deriva proprio dal fatto che siamo noi a produrre :100 % made in Italy!"

mondiale di una ampia gamma di prodotti come idropulitrici, aspiratori, monospazzole, nebulizzatori, raffrescatori, spazzatrici, deumidificatori, generatori di aria calda con tre sedi produttive, Cuneo Lodi Venezia. Ci arrivano riconoscimenti continui da parte dei clienti sulla qualità dei prodotti e sul nostro servizio. **Poter avere in pronta consegna** un prodotto stagionale come i generatori di calore è un vantaggio **estremamente apprezzato** e questo ci deriva proprio dal fatto che siamo noi a produrre: **100 % made in Italy!** Andiamo fieri del rapporto con i clienti, sempre molto diretto, il dialogo è semplice e i problemi vengono risolti immediatamente. Come direttore commerciale sono ovviamente un referente costante e immediato insieme all'amministratore delegato Costamagna, presente in

prima persona per studiare l'inserimento di nuovi prodotti e monitorare gli andamenti di vendita, valutandone i ritorni proprio con l'obiettivo di costruire e raggiungere sempre nuovi obiettivi.

iFerr: Come supportate la ferramenta a vendere?

S.B.: Formazione, promozioni, incentivi (abbiamo organizzato un bellissimo viaggio ad aprile a Marrakech con 130 ospiti) un servizio attento sul p.v. e una costante presenza a fiere di settore italiane ed estere. Stiamo poi ultimando un servizio di **merchandising** che prevede anche la creazione di un corner Biemmedue per dare visibilità al marchio e aiutare a fidelizzare il cliente.

www.biemmedue.com



QUADRIFOGLIO DISTRIBUZIONI

Avanti *tutta!*

Quadrifoglio Distribuzioni, specializzata nella distribuzione di strumenti per la programmazione di chiavi e telecomandi auto, è un'azienda in continua evoluzione, con l'obiettivo di dare al centro chiavi specializzato strumenti per vincere.

“Curare il cliente è alla base del nostro modo di lavorare, l'obiettivo è quello di permettere allo specialista di chiavi di approfondire la propria conoscenza nel campo delle chiavi e telecomandi auto”

Quadrifoglio Distribuzioni appartiene al gruppo Meridional Distribuzioni fondato nel 1890, importante azienda del settore sicurezza, duplicazione chiavi e serrature. Nello specifico si occupa della **distribuzione di strumenti per la programmazione chiavi e telecomandi auto**. Partner unico ed esclusivo per l'Italia di Advanced Diagnostics ed ElmeTools, società presenti in più di 100 paesi nel mondo, Quadrifoglio Distribuzioni si avvale di macchinari all'avanguardia e sempre in via di sviluppo. Negli ultimi anni l'azienda si è dedicata allo sviluppo dei software dei marchi auto che rappresentano le richieste del mercato nazionale. Italia Buccino, managing director e Giuseppe James Cooke, sales manager, ci raccontano la storia di una crescita e di una sfida.



iFerr: Da dove deriva il vostro successo?

G.C.: Una premessa: poco più di una decina di anni fa, con lo sviluppo delle tecnologie nel settore delle chiavi auto, c'è stata una vera e propria corsa agli "armamenti" da parte degli specialisti di chiavi, ma mentre da un lato gli sviluppi delle case automobilistiche sono continuati, parte dei produttori di chiavi non hanno saputo rimanere al passo con le richieste del mercato.

I.B.: Noi siamo andati avanti. Nel 2011 siamo stati i primi a rivendere il software per **Fiat con Megamos ID48**, riuscendo dove i colossi delle chiavi avevano rinunciato; stesso discorso vale per **Vag** (Vw, Audi, Seat e Skoda), gruppo di rilevanza mondiale molto presente sul mercato italiano. Altro successo considerevole è stato lo **sviluppo del software Smart**, rendendoci il principale riferimento nelle programmazioni di telecomandi di tutti i modelli di questo marchio, un bel successo visto il numero crescente di questi veicoli presenti su strada!. Anche supporti più particolari come le nuove **schede elettroniche Renault**, sono ormai una quotidianità per i nostri clienti. Un vantaggio da considerare è che con le nostre attrezzature si riesce a programma-

“L'intento finale è quello di far riprendere al centro chiavi specializzato quella fetta di mercato che gli appartiene, recuperando tutti quei clienti che ora sono affidati ai concessionari”

re chiavi e telecomandi anche in **assenza di campione**, oltre a poter cancellare per questioni di sicurezza le chiavi che sono state smarrite.

iFerr: E alla ferramenta specializzata in chiavi cosa offrite?

I.B.: Innanzi tutto i nostri macchinari, sotto costante sviluppo, sono comunque semplici da utilizzare ed abbastanza intuitivi. Poi, altro nostro punto di forza è offrire una **valida assistenza tecnica gratuita** che conosce bene il settore e riesce a seguire il cliente passo passo nelle programmazioni. Tutto il materiale di consumo è sempre **disponibile** in magazzino: dalle chiavi ai telecomandi, dai microinterruttori per riparazioni alle cover alle serrature auto, e offriamo una serie di servizi rivolti esclusivamente ai nostri clienti.

G.C.: Curare il cliente è alla base del nostro modo di lavorare, l'obiettivo è quello di permettere allo specialista di chiavi di approfondire la propria conoscenza nel campo delle chiavi e telecomandi auto, ed essergli di supporto sia per quanto riguarda la parte meccanica, che per quanto riguarda la codifica.

L'intento finale è quello di far riprendere al centro chiavi specializzato quella fetta di mercato che gli appartiene, recuperando tutti quei clienti che ora sono affidati ai concessionari.

Quadrifoglio Distribuzioni ha scelto di occuparsi esclusivamente del settore delle chiavi auto, dedicandogli finalmente l'importanza che merita: la cosa che non ti aspettavi è che oggi **“si può fare”**.

www.chiavitelecomadiauto.it



INECO

Un colpo *di spazzola*

Un servizio attento per soddisfare le richieste più specifiche e un catalogo ampio e articolato che si arricchisce oggi con una nuova linea di spazzole per metalli in grado di rispondere alle più svariate esigenze degli utilizzatori. Con un valido supporto per il punto vendita.

“La qualità dei prodotti e l’ottimo servizio di consegna in tutta Italia, fanno di Ineco il partner ideale per lo specialista che riconosce nell’affidabilità e nella precisione due valori fondamentali”

Ineco nasce nel 1998 a Merate in provincia di Lecco e nel 2006 si trasferisce nella nuova sede di Calco (Lc), ed è da sempre specializzata nella commercializzazione di utensili per l’industria e strumentazione di misura.

L’azienda opera sul mercato italiano con un catalogo che seleziona 14.000 articoli ed è nata con lo scopo di servire utensilerie e ferramenta specializzate. La qualità dei prodotti e l’ottimo servizio di consegna in tutta Italia, fanno di Ineco il partner ideale per lo specialista che riconosce nell’affidabilità e nella precisione due valori fondamentali e che li ricerca nelle aziende con cui sviluppare i propri rapporti di business. Ineco da sempre ha scelto di essere per i propri clienti una certezza, con una rete vendita composta da circa 30 agenti copre capillarmente l’intero territorio nazionale;



“La nuova linea verrà distribuita corredata di un poster per il punto vendita che riporterà le caratteristiche e gli utilizzi più idonei di ogni spazzola”

rete agenti che grazie ai periodici corsi di formazione offre un **insostituibile servizio di consulenza tecnica**, in grado di soddisfare le richieste più specifiche. La gamma è in continuo aggiornamenti e per il 2014 è previsto il lancio di nuovi prodotti; abbiamo chiesto a Danilo Locatelli, responsabile di Ineco di anticiparci le novità.

iFerr: Locatelli, innanzi tutto ci racconti come è composta la vostra gamma

D.L.: La nostra gamma, ben rappresentata nel catalogo, nostro cavallo di battaglia, offre una vasta offerta di prodotti utili a tutti i professionisti del lavoro quali: strumenti di misura, mandrini autocentranti, mandrini per trapani portatili ed a colonna, utensili per tornio, morse e strettoi, staffaggio, frese di tutti i tipi, maschi e filiere,

punte di ottima qualità, lame a nastro e circolari. Molte le novità introdotte con il nuovo catalogo uscito a Luglio 2013, spray tecnici, 7 nuove linee di strettoi in acciaio di altissima qualità, fascette in nylon ed acciaio inox, dischi abrasivi e lamellari, tutti rigorosamente **made in Italy**.

iFerr: E le novità per quest'anno?

D.L.: Di particolare importanza per quest'anno la presentazione di **una linea completa di spazzole** per metalli, comprendente **35 prodotti tra i più utilizzati** sul mercato; spazzole in acciaio ondulato, a mazzetti ritorti e per acciai inox, **una gamma ideale per i lavori di pulizia e lucidatura** su tutti i tipi di metalli, da utilizzare con smerigliatrici, trapani oppure mole doppia spazzola, ma anche a mano

per metallo e per acciaio inox.

iFerr: Che strumenti date alla ferramenta per questa nuova linea?

D.L.: Innanzi tutto viene presentata con un **accattivante blister** che riporta tutte le informazioni tecniche necessarie, è poi previsto uno specifico e dettagliato catalogo che aiuta il rivenditore a fornire tutte le risposte al suo cliente. Inoltre la nuova linea verrà distribuita corredata di un **poster per il punto vendita** che riporterà le caratteristiche e gli utilizzi più idonei di ogni spazzola. Ovviamente, per tutti gli altri prodotti a catalogo, anche questa importante novità sarà sempre disponibile a magazzino e la consegna avverrà nelle 24/48 ore successive al ricevimento dell'ordine. **www.ineco.it**

Collezione **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.iferronline.com o scrivi a info@iferr.com

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
iFerr.com

Partner ufficiale di
www.ersi.it



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

In alternativa collegati a www.iferronline.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.iferronline.com

Direttore Responsabile
Roberto Galimberti

Direttore Editoriale
Sebastian Galimberti

Coordinamento Editoriale
Camilla Fiorin

AD e Grafica
Ivan Roman
ivanroman@ivanroman.it

Segretaria di Redazione
Giovanna Di Nolfo

Ufficio Marketing
Giuseppe Ficarra
giuseppe.ficarra@iferr.com

Ufficio Commerciale
Giorgio Ronchi
giorgio.ronchi@iferr.com
Benito Ligotti
benito.ligotti@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

Hanno collaborato alla realizzazione di questo numero
Giorgio Casanova, Walter Silvano, Giovanna Dessy, Paolo Barracano,
Rocco Fusillo, Christian Cattalini, Remo Rizzi, Mauro Saggiorato.



*Il **LED** diventa...
INCANDESCENZA!*

Incanto



Goccia 8 Watt
810 Lumen!



Incanto

FROST

2 Watt
245 Lumen!

4 Watt
395 Lumen!



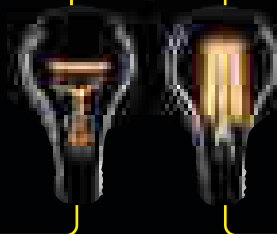
5 Watt
470 Lumen!

8 Watt
810 Lumen!



L'ATMOSFERA CHE **AMI**
INCONTRA L'INNOVAZIONE
DEL **LED**

60 W → 8 W





Nuova sede di 10000 mq
a Paderno Dugnano



50 Agenti in tutta Italia



30000 referenze
attive a magazzino



Spedizioni in 24 ore



Nuovo Blog per condividere
la conoscenza!

>SEI UN NEGOZIO DI FERRAMENTA?

>HAI VOGLIA DI AMPLIARE IL TUO BUSINESS?

>VUOI SPECIALIZZARTI IN UN SETTORE IN CRESCITA?

CORSI DI FORMAZIONE

SUL MONDO DELLA SICUREZZA

PER DIVERSI LIVELLI ED ESIGENZE...
ALL'INTERNO DI NUOVE AULE ATTREZZATE

>CONTATTACI SUBITO!<

✉ malfattitacchini@tacchini.info

