



# iFerr magazine

com'è fatto?

online.com N.18 / ANNO 2014

Pubblicazione mensile

WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM - WWW.IFERRONLINE.COM



**AI TUOI PIEDI PER VOCAZIONE**

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



# Air

## 4 ARGOMENTI FORTI PER DARE UNO SLANCIO RIVOLUZIONARIO AL VOSTRO BUSINESS

- 1 Garantisce la duplicazione della più vasta gamma di radiocomandi in Europa
- 2 Gamma completa di radiofrequenze tra quelle comprese tra 433.92 e 868.35 MHz ( AM/FM)
- 3 Auto-apprendimento del codice e riconoscimento automatico delle frequenze
- 4 Massima qualità ad un prezzo competitivo

Inoltre, AIR4 è:

- **Attuale:** disponibile in 3 varianti colore per un'ampia offerta al cliente
- **Affidabile:** progettato e prodotto al 100% in Italia
- **Universale:** per sbarre, cancelli, portoni basculanti e sezionali
- **Unico:** memorizza in un unico dispositivo combinazioni di radiocomandi personalizzate
- **Facile** da programmare grazie all'innovativo dispositivo Easy Scan di Silca



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



A black and white photograph of a muscular arm flexing, with the Prabos logo overlaid in the center. The logo consists of the word 'Prabos' in a stylized font, with the 'P' and 'S' in orange and the 'r', 'a', 'b', 'o' in white with orange outlines.

**Prabos**

MADE FOR YOUR PROTECTION

SINCE 1860



# FACAL

## Le Scale Italiane



STILO

EURO TRABATTELLO "PIEGO"

VetroScala da Lavoro

PENNY

EURO TRABATTELLO alchimia

SCALA MULTIPOSIZIONI HOBBY SEI

PLIO

EUROSCALA GENIA

SCALA CASTELLO IN ALLUMINIO CASTIGLIA

tecnoscala QUADRA Picta

PROGRESSIVE S15/1 System

"PITTORE"

CONICA

Euro Scala DAMA

PONY

BINARY

Serie "AGRI"

COLORETTE

Tecnici

TRABATTELLO IN ALLUMINIO Tano

PASSERELLE CAMMINAMENTI

SECURITY

PROGRESSIVE S15/2 System

TRABATTELLO Mito

NEW

EUROSCALA **domo pro** **piu+su** ...su quel gradino più in alto

Super Scala "PRIMA"

RAMPE di carico

Casto

SCALA A PONTE DIVA

TRABATTELLO FIERO

FERMO

SCALA PIEGHEVOLE HOBBY-DUE

EURO TRABATTELLO DOGE65

CFIC

SCALA DA LAVORO PLATEA

EURO TRABATTELLO DOGE80

GICHAO

Super Scala VETROPRIMA

EURO TRABATTELLO CAPO-1

EURODOMUS

PEDANA ALFA

EURO TRABATTELLO CAPO-2

Tintin

Scala da Lavoro Professional

EURO TRABATTELLO CAPO-3

Tonin

Sgabello "DUPLA"

Cava

Scala scorrevole a fune "PRIMA"

Scala a rotella con fune ROLLER

"SPECIAL" "PIEGO"

"tecnoscala" QUADRA

"Scala Professionale" STRUMENTA

EURO TRABATTELLO "ESTRO"

Doppia Scala "DUPLA"

MASTER PRO

Zinko

scala universale BRIKO

scala universale BRINQ

Trabattello SPAZIO

...Qualcosa che vale nel tempo

150  
kg

MAX



EU EN131  
EUROPEAN NORM

EUROSCALA *domo pro*

**PiùSu**  
... su quel gradino più in alto

*Pensa PiùSu ed ecco  
ciò che non aspetti,  
eccellenza di casa o  
amica di lavoro, pensa  
PiùSu e niente sarà  
scala come prima.  
Idea esclusiva da tre  
a nove distribuita  
da chi è già su  
quel gradino più  
in alto.*



~~Energia senza rivetti~~



Gradini a doppio  
bloccaggio idraulico.



Cerniere a  
getto di resina  
con anima d'acciaio e  
frizione  
**antigrip**

# Sei pronto per

**RADIO 24**

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.

Un'occasione unica per affrontare temi innovativi, 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.



**in**

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

# iFerr Day 2014?

**Ferr** Day

*Grossisti Ferramenta  
embre 2014*

**RADIO 24**



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



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

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

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

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

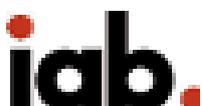
Se sei interessato a saperne di più scrivici a:

**info@iferronline.com** e sarai subito ricontattato



iPartner esclusivi di:

iFerr iFerr iFerr





10	<b>Il Punto</b>
	<b>Le autonomie che fanno discutere</b> Sembra che insieme a Ebola Sars Aviarica e via dicendo, imperversi nel mondo il virus delle autonomie. Ma da dove viene tutta questa necessità di frammentare, dividere e dividersi? E dove può portare? Ne abbiamo parlato con Alessandro Milan.
12	<b>Lo sapevate che...?</b>
15	<b>iNews</b>
	<b>iGiovani</b>
22	<b>Cagnoni</b> <b>Susanna Cagnoni: Senior, mollate un po' le redini!</b> Classe 1969, laurea in economia e commercio poi un master, tanti viaggi e esperienze all'estero, e dal 1995 attiva nell'azienda di famiglia.
	<b>com'è fatto?</b>
24	<b>Da 0 a 15... .. in 2h e 40'</b> 15 mosse, per 2 ore e 40 minuti! E la cassaforte è pronta per la distribuzione. Parola di Bordogna.
	<b>in primo piano</b>
32	<b>Bulloneria Bergamasca</b> <b>Costretti a vincere</b> Bulloneria Bergamasca ha saputo in pochi anni ampliare la propria gamma scegliendo marchi di riferimento per poter rispondere in modo competitivo ai propri clienti. In occasione dell'open day abbiamo incontrato Andrea Cereda, direttore commerciale.
34	<b>Iferr Day 2014</b> <b>Siete pronti?</b> Vi aggiorniamo. Ad iFerr Day 2014, il Congresso annuale dei grossisti di ferramenta, le novità sono davvero tante.
38	<b>Security Essen</b> <b>Magnifica Quarantenne</b> Una fiera che piace, sotto tutti i punti di vista. Perché è completa e raccoglie le migliori offerte commerciali, culturali e innovazioni e interpreta le più recenti tendenze del mondo della sicurezza.
42	<b>Fnaarc Lecco</b> <b>Agenti sotto indagine</b> Fnaarc Lecco ha promosso un'indagine conoscitiva presso gli agenti di commercio iscritti alle federazioni provinciali di Como e Lecco. Obiettivo: fotografare la situazione e creare spunti e idee per crescere ed evolvere.

47	<i>Logistica</i> <b>A proposito di ottimizzazione</b> Ernesto Emanuele è il fondatore dell'omonima società che dal 1980 opera nel mondo della logistica. Con lui abbiamo parlato di efficienza ed esempi eccellenti. Partendo dall'esperienza Malfatti e Tacchini.
<b>iPartner</b>	
50	<i>Studio Mario Silvano</i> <b>Pessimisti o ottimisti nella vendita?</b> Quante volte ci hanno detto che bisogna guardare in ogni cosa sempre il lato positivo?...È sempre facile?
54	<i>Inventory management</i> <b>Scorte nei magazzini dei clienti</b> In questo articolo daremo qualche spunto di riflessione a proposito di gestione delle scorte nei magazzini dei propri clienti.
60	<i>Intempra</i> <b>Comparatori di prezzo</b> Motori di ricerca che comparano i prezzi di prodotti e servizi online. Strumenti efficaci ed efficienti, sempre più utilizzati. Ma come funzionano?
66	<b>Approfondimenti</b> <i>Casseforti</i> <b>Top di gamma in dettaglio!</b>
<b>iRete</b>	
72	<b>Http o Https?</b> Con i due protocolli succede che si generi una certa confusione, che talvolta non si trovino i siti, e che tanta fatica nell'indicizzazione della propria presenza online, possa essere in parte vanificata. Ecco perché abbiamo sentito la necessità di fare un po' di chiarezza.
75	<i>Grossisti in rete</i> <b>Migliorare, si può!</b> 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.
<b>iTech</b>	
78	<b>In forma con l'outdoor</b> Le vacanze sono ormai un lontano ricordo ma spesso rimane qualche chilo di troppo a ricordarci quei piacevoli momenti. È ora di smaltirli con un po' di attività all'aperto.

## iProtagonisti

85	<b>Nuovo Catalogo Franzini</b>
86	<i>Nobex</i> <b>Il volto umano del fissaggio</b> Perché acquistare Nobex? È il quesito che abbiamo posto a Maurizio Manca, direttore commerciale dell'azienda, nonché storico punto di riferimento nel mondo del fissaggio e della ferramenta.
88	<i>Tenax</i> <b>Rete!</b> L'innovazione sul prodotto e il continuo supporto alla vendita fanno di Tenax un importante riferimento per la ferramenta e il mondo del garden quando si parla di reti, recinzioni, schermature, teli e tessuti.
90	<i>Errebi</i> <b>La chiave della creatività</b> Chiavi tradizionali, macchine per la duplicazione, chiavi auto con tecnologia transponder, radiocomandi per apertura cancelli, lucchetti di sicurezza, lucchetti ad arco.
92	<i>Ambrovit</i> <b>Sempre più forte!</b> Cresce sui mercati, crescono i suoi prodotti. Ambrovit, azienda di riferimento nei sistemi di fissaggio, è una realtà controcorrente: in una fase recessiva continua a investire su tecnologia e qualità. Senza dimenticare la comunicazione di prodotto.
94	<i>Mobil Plastic</i> <b>Bidoni? Sì, grazie</b> Da più di 45 anni sul mercato, offre un'ampia gamma di prodotti in plastica per diversi settori, dalla ferramenta al giardinaggio, dall'agricoltura alla ristorazione, dal settore alberghiero alla raccolta differenziata.

IN primo piano

**Siete Pronti?**

**A PROPOSITO DI DON ANTONIO MAZZI**

Il nostro settore è in continua evoluzione e ci sono molte sfide da affrontare. È importante rimanere aggiornati e innovativi. In questo numero abbiamo parlato con Don Antonio Mazzi, un esperto del settore, per discutere delle sfide e delle opportunità del futuro.



## *Alessandro Milan*

***Sembra che insieme a Ebola Sars Aviaria e via dicendo, imperversi nel mondo il virus delle autonomie. Ma da dove viene tutta questa necessità di frammentare, dividere e dividersi? E dove può portare? Ne abbiamo parlato con Alessandro Milan, giornalista e conduttore di Radio 24.***

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



# Le autonomie che fanno discutere

**Nell'ottocento** le battaglie per ottenere una solida unità nazionale. Poi, due grandi guerre durante le quali a nessuno sarebbe mai venuto in mente di discutere radici e appartenenze – anzi, drammaticamente proprio radici appartenenze e un concetto esasperato di nazione, erano all'origine (pretestuosa?) dell'azione –; nella seconda metà del Novecento, all'alba della nuova Europa unita, e quando avremmo potuto goderci l'unità ricostituita, si è come rotto qualcosa. E questa forza sociale centrifuga, che vede germogliare e fiorire forti dissensi nei confronti dei governi centralizzati, non è fenomeno solo italiano. Anzi. Allora viene da chiedersi:

**iFerr:** Ma che cosa sta succedendo?

**A.M.:** Oggi la situazione sociale è così complessa, da richiedere analisi acute e razionali. Questo per superare i populismi che hanno dominato il dibattito negli ultimi anni, e cercare nuove strade di condivisione... effettivamente condivise!

**iFerr:** Ricominci da capo, per piacere, che altrimenti ci perdiamo!

**A.M.:** Bene. La società moderna è davvero assai articolata. È chiaro allora che una gestione politica che non tenga conto di tanta complessità non possa che generare grandi malumori e dissensi. I nostri regimi, ma quello italiano in particolare, tendono alla conservazione di ciò che è stato, e non al cambiamento costante e continuo in funzione di ciò che sta accadendo. Non parliamo poi della capacità

previsionale che invece dovrebbe essere insita, in un serio progetto politico!

**iFerr:** Provi a esemplificare.

**A.M.:** In Italia abbiamo delle Regioni a statuto autonomo, volute quando effettivamente alcuni privilegi e talune autonomie avevano un loro senso. Oggi però i presupposti da cui si era partiti, non sussistono più. Non basta. Alcune di queste regioni sono virtuose, spendono bene i quattrini dello stato e utilizzano con rispetto i privilegi di cui godono; altre molto meno. Nessuno però mette mano seriamente alla questione. Se ne parla se ne parla, ma nessuno agisce con coraggio. E la questione stalla. Così, dove invece la cosa pubblica è gestita con maggior oculatezza, cresce il malumore. E la reazione di pancia della gente è dire: - *separiamoci! Quello che produciamo noi, che rimanga a noi; e che loro facciano i conti con le loro risorse* -.

**iFerr:** Quindi sta dicendo che la reazione di pancia della gente è giusta?

**A.M.:** Dico che è più che giustificata. La gente ha tutto il diritto di reagire di pancia, di fronte a una situazione che nessuno vuole affrontare, anche se è palesemente iniqua. Il problema non è la pancia della gente, bensì l'immobilità della politica.

**iFerr:** In Veneto allora vincerà chi vuole l'indipendenza?

**A.M.:** Ma non è mica detto, la gente ha una pancia quando si arrabbia, ma ha una testa, quando si tratta di ragionare!

# Lo Sapevate che...



Spazio per il **25,3%**  
Tecnologia per il **78,5%**

Secondo un'indagine realizzata da Leroy Merlin e Doxa a proposito de *La casa di domani*, un quarto degli intervistati (per l'appunto il 25,3%) si dichiara scontento perché vorrebbe più di spazi personali all'interno della propria abitazione.



Inoltre, il **78,5%** di loro auspica una connessione continuativa a distanza con servizi di sicurezza (soccorso medico, vigilanza, etc.), mentre il **68,6%** desidera che le tende siano in grado di chiudersi e aprirsi in totale autonomia.

## 275 Milioni

Secondo Store Electronic Systems, riferimento nelle etichette elettroniche per il settore retail, i **275 milioni** di smartphone con NFC (standard contactless e una delle principali basi tecniche per l'Internet of Things) venduti nel 2013, ossia già il **18%** delle vendite totali, ci dicono che il negozio fisico diventerà un ambiente connesso e interattivo, capace di offrire ai consumatori maggiori informazioni e servizi sugli scaffali e permettere un'esperienza d'acquisto multicanale. La tecnologia NFC consente di effettuare pagamenti tramite cellulare, nella vendita al dettaglio, logistica e trasporto.



## 5.500 abilitati

Entro marzo 2015 tutti i carrellisti operanti dovranno essere formati. Da marzo 2013 Aisem, l'Associazione italiana sistemi di sollevamento, elevazione e movimentazione, ha abilitato 5.500 addetti ai lavori in 780 corsi di formazione. Secondo la nuova disciplina formativa, applicata già da marzo dello scorso anno, tutti i carrellisti hanno l'obbligo di ottenere la nuova abilitazione entro 24 mesi dall'entrata in vigore. La scadenza ultima per l'aggiornamento della formazione è dunque fissata al 12 marzo 2015.



## 1,4 Miliardi di multe



Multe salate, per un importo complessivo di 1,4 miliardi di euro nel 2013 (fonte Sole 24 Ore) ma senza esito produttivo: gli investimenti in sicurezza stradale dei proventi contravvenzionali sono scarsi.

Questi soldi in base al Codice della strada, dovrebbero essere destinati alla sicurezza stradale, ma sulla loro reale destinazione ben poco si sa.

## +11% in Arabia Saudita

L'Arabia Saudita costituisce la principale economia dei Paesi del Golfo. Nel 2013 il prodotto interno lordo si è attestato sui **560,4 miliardi di euro**. L'Italia è il secondo partner europeo in termini di importazioni dopo la Germania e detiene una quota ormai prossima al 3%. Con una crescita di oltre 11 punti percentuali rispetto al 2012, infatti, le esportazioni italiane verso il mercato saudita hanno superato nel 2013 la soglia dei **4,5 miliardi di euro**.



## 600 km di autostrade

Questa la tratta da costruire in Romania, nel periodo 2014-2020. Il ministro romeno dei Trasporti ha dichiarato recentemente che nel progetto Master Plan del settore trasporti, soggetto ad approvazione, sono previsti nel periodo 2014-2020 la costruzione di circa 600 km di autostrade e di 2.500 km di strade e lavori su 3.000 km di strade transregionali, 140 km di tangenziali e di parte delle strade di uscita nei punti di frontiera.

# Lo sapevate che...



## 12 giorni

Tanti sarebbero i giorni di chiusura obbligatoria dei negozi, in occasione delle principali festività, che la Commissione attività produttive della Camera sembra voler reintrodurre. Si sta discutendo in questo periodo infatti il nuovo provvedimento che disciplina la questione. Confindustria vuole reintrodurre una regolamentazione in materia. L'obiettivo è quello di arrivare ad avere deroghe certe all'interno di un chiaro quadro normativo, per consolidare il modello distributivo italiano, consentendo ai territori di valorizzare la propria vocazione turistica e commerciale, anche in particolari periodi dell'anno, e alle imprese di contenere i costi e di avere una corretta e certa attività di gestione.



## 70%:

### Dettaglio, ci piace!

Da un'indagine realizzata da Confindustria-Format Ricerche, il 70% dei consumatori è certo che i negozi tradizionali tra **10 anni** avranno ancora un ruolo importante, ma solo se capaci di emozionare e di coinvolgere il cliente. Dalla ricerca emerge anche che il 55,6% dei consumatori ha acquistato almeno una volta online, soprattutto per ragioni di prezzo, mentre il 54,9% dei consumatori ha cercato un prodotto su Internet prima di acquistarlo in un negozio tradizionale.

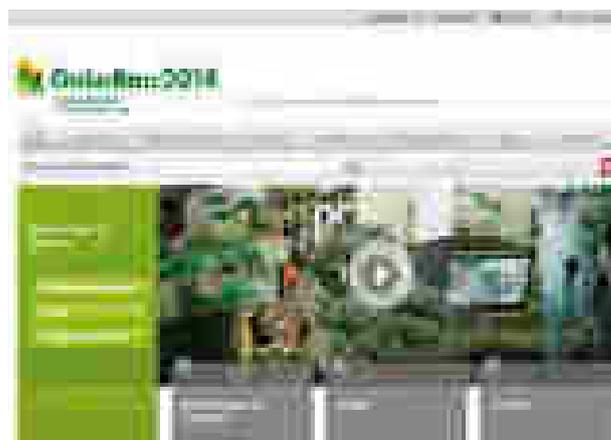


## + 4% a Luglio



Questo l'incremento dei costi relativi alla costruzione di fabbricati residenziali, nel mese di luglio 2014. La percentuale è calcolata tenendo conto dell'aumento dei costi della mano d'opera e dei noli, mentre scende lievemente quello dei materiali (-0,2%).

## 1.321 espositori



A GaLaBau 2014 il salone del verde di Norimberga, gli espositori aumentano del 14%, e passano dai 1.155 del 2012 ai 1.321 di quest'anno. Aumenta dell'11 per cento anche la superficie espositiva, e sono arrivati a 66.500 gli accreditati dei visitatori provenienti da tutto il mondo.

## 42 dipendenti

Questo è il numero delle persone impiegate nel gruppo Bardelli che sono state messe in liquidazione. Chiudono per liquidazione volontaria entro novembre le tre storiche società del gruppo: Ferramenta con **25 lavoratori**, Siderurgica con **12** e Ingrosso ferramenta con **7** dipendenti.



# LAMPADE A

LED

Luci per un futuro illuminato.

## Luci per un futuro illuminato.

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

**AIRAM**  
BOT LIGHTING

**SHOT**  
BOT LIGHTING

**BOT LIGHTING**

Bot Lighting srl - Via Lombardia n 37/39  
30030 Cazzago di Pianiga (VE) - Italy  
T. +39.041.51.29.411 - F. +39.041.51.01715  
[www.botlighting.it](http://www.botlighting.it) - [info@botlighting.it](mailto:info@botlighting.it)

## Nuovo layout e contenuti per [www.fraschetti.com](http://www.fraschetti.com)

**N**uovo sito per Fraschetti. [www.fraschetti.com](http://www.fraschetti.com) presenta un layout innovativo e una ricchezza di contenuti che lo rendono un'importante vetrina per il mondo della ferramenta, giardinaggio e bricolage. Fraschetti.com vuole essere soprattutto un *sito di contatto*, un'indispensabile finestra sul mondo per far conoscere l'azienda attraverso il web. Ricco di informazioni presentate in modo sintetico con un ampio utilizzo di elementi grafici e multimediali presenta un'immediatezza che invita alla navigazione. Il colore verde richiama il logo evidenziando l'identità Fraschetti. Sono presenti anche la versione inglese e cinese, dimostrazione dell'internazionalità dell'azienda di distribuzione Fraschetti. Contestualmente al sito, Fraschetti lancia *Il Chiodo Fisso* che, come recita il suo stesso sottotitolo, è "il blog per malati di ferramenta". Rivolto sia al mercato di riferimento che ai consumatori finali, contiene informazioni sui prodotti, sulle fiere e sulle novità del settore, ma anche consigli pratici per il crescente popolo dei bricoleur.

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



## Aria sottile

**B**Ticino presenta Air, una reinterpretazione delle linee Axolute e Livinglight in veste sottile. Minimo spessore, geometrie nette, cura dei dettagli, monocromatismo: è questa l'essenza di quella che in BTicino chiamano la *Rivoluzione Sottile*, prodotti in linea con le tendenze della casa contemporanea, sempre più caratterizzata da uno stile minimalista e da forme pulite e non esibite. Molto innovative le placche di finitura di Axolute Air, realizzate in metallo pressofuso, che hanno uno spessore di soli 3.5 mm ed esaltano il design di Axolute. Nella linea Livinglight, Livinglight Air ha uno spessore di appena 4.5 mm e un design caratterizzato da linee curve che si raccordano con il muro ed esprimono leggerezza formale ed eleganza.

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

## Chiusura silenziosa

**L** sistema di chiusura silenziosa Corvo garantisce la chiusura silenziosa di accessi di entrata come portoni condominiali in ferro, legno, alluminio, di qualsiasi forma e dimensione. E' stato ideato e brevettato per garantire una chiusura silenziosa che dura nel tempo senza essere influenzata da cambiamenti climatici. Il sistema di chiusura silenziosa Corvo garantisce: sicurezza perché si chiude anche in presenza di forte vento, affidabilità in quanto testato su oltre 500 portoni condominiali e silenziosità perché permette la chiusura senza il colpo finale. Tulle le informazioni su [www.chiurusilenziosa.it](http://www.chiurusilenziosa.it)



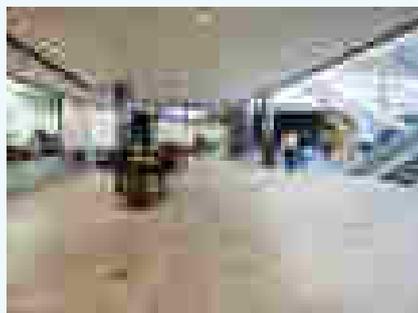
## Un sito per festeggiare



**A**bc Paints, marchio di San Marco Group, riferimento per le pitture e i rivestimenti per l'edilizia professionale, festeggia i suoi 60 anni con il nuovo sito [www.abcpaints.it](http://www.abcpaints.it). Il design è essenziale e orientato al consumatore. Sul sito sono presenti le schede tecniche della gamma di prodotti Abc Paints, le soluzioni per la protezione delle facciate, per la protezione di ferro e legno, le pitture murali e per usi specifici come la decorazione del calcestruzzo. Le schede prodotto sono complete e di facile consultazione. Un nuovo sistema di geolocalizzazione, permettere di individuare il punto vendita più vicino. Una sezione è dedicata alla colorimetria con le informazioni sul sistema tinto metrico ABCcromie, mentre una sezione news è costantemente aggiornata con le ultime novità sull'azienda e i suoi prodotti. [www.abcpaints.it](http://www.abcpaints.it)

## Fila all'università di Oxford

**L'**Istituto matematico dell'Università di Oxford, ha utilizzato per le sue superfici interne i prodotti di Fila Surface Care Solutions. Diventato operativo nel 2013, l'Istituto matematico dell'Università di Oxford, si ispira a un design contemporaneo, e all'interno sono state posate circa 300 mq di pietra calcarea per l'ingresso e la scalinata principale e 1600 mq di gres porcellanato per il piano rialzato. I prodotti scelti da Fila sono stati Filaceaner, FilaW68 e Deterdek. Per l'azienda è una grande soddisfazione che istituti internazionali abbiano scelto i loro prodotti. [www.filasolutions.com](http://www.filasolutions.com)



# iFerr Magazine piace a chi innova

La campagna pubblicitaria di Intempra, web Agency che offre servizi e soluzioni web innovative specifiche per le imprese, ha vinto il primo premio dell'OpenArt Awards 2014 nella sezione Print. Giunta alla terza edizione OpenArt Awards è un concorso riservato alle aziende che si occupano di marketing e comunicazione e la giuria è composta da futuri creativi che giudicano i creativi oggi. Un premio dunque che valorizza nuovi linguaggi e espressioni innovative. La campagna pubblicitaria di Intempra, nei suoi vari soggetti è stata pubblicata anche su iFerr Magazine di cui è partner. Complimenti ad Intempra e alla agenzia Guerra e Partners.

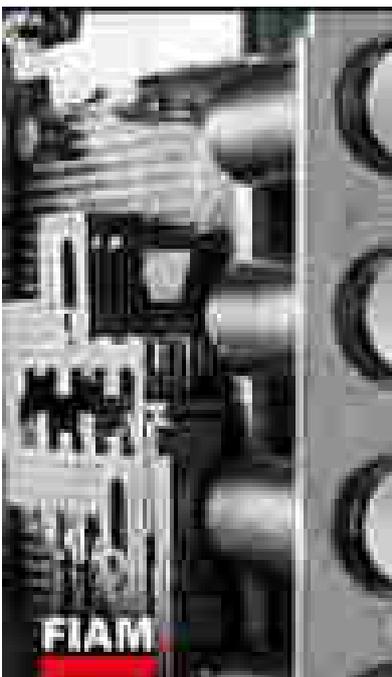
[www.intempra.com](http://www.intempra.com)

## Ultimo modello da Iseo

Il gruppo Iseo nella gamma serrature per porte blindate Fiam, presenta il suo modello di punta: la serratura 600, progettata e realizzata con i più recenti sistemi antimaniolazione e antintrusione. Tutte le serrature Serie 600 di Iseo a doppia mappa presentano una particolare conformazione della piastra di movimento del catenaccio. L'elemento

di trascinamento è dotato di una sezione a rottura controllata, che impedisce l'apertura tramite la chiave di forza, un attrezzo con il quale si cerca di rompere gli elementi del blocco di una serratura. Inoltre, viene impedita anche la manipolazione tramite l'attrezzo cosiddetto "bulgaro", con il quale viene tentata l'apertura grazie alla sua capacità di trovare una conformazione identica a quella della chiave originale. Un apposito dispositivo brevettato, infatti, blocca il riconoscimento della combinazione corretta. Tutte le informazioni su

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



# RIVIT FASTENERS

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

**F a s t e n e r s & T o o l s**  
 rivetti - bulloni a strappo - ribattini - occhelli - inserti - dadi in gabbia - piastrine - elicoidi - autoagganciamenti - perni a saldare - dadi e viti a proiezione - viteria in plastica inox e ferro - chiusure - rivettatrici - tirainseriti - macchine

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

P150113

Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

1973 2013

## 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

## Tenuta sicura nei fissaggi

**Q**uando i tasselli tradizionali non sono abbastanza sicuri per fissare qualcosa al muro Saratoga propone Forte Presa Poliestere. È un tassello chimico a iniezione che assicura una fortissima presa e una eccezionale tenuta, su ogni tipo di muratura. Il sistema consiste in una cartuccia contenente una resina poliestere e un indurente i quali, grazie al particolare ugello avvitato sulla cartuccia, si miscelano in fase di estrusione mediante l'apposita pistola. Adatto ai muri con mattoni pieni e con mattoni forati, Forte Presa Poliestere è l'ideale per agganciare al muro in modo assolutamente sicuro barre filettate, viti, cardini, ganci e profili tubolari su mattoni forati, pieni e su calcestruzzo. Tutta la Linea Forte Presa non contiene stirene, evita quindi il rilascio di odori pungenti, sgradevoli e soprattutto dannosi per l'operatore e l'ambiente. È disponibile in cartuccia da 300 ml.



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

## A scuola con gli utensili Usag

**S**i sono diplomati 52 nuovi meccanici da competizione al Motorsport Technical School di Monza utilizzando gli utensili Usag. Per il terzo anno consecutivo Usag è partner della prestigiosa scuola per professionisti di corse, meccanici auto e moto da corsa e ingegneri di pista e fornisce agli allievi tutti gli utensili necessari per imparare un lavoro altamente qualificato. Le aule dove si sono svolte le lezioni pratiche sono proprio i box dell'Autodromo Nazionale di Monza, allestiti con banchi da lavoro Usag 501 e carrelli Usag Racing 519 completi di assortimenti studiati appositamente per il comparto dell'automotive.

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



## Come innovare le convention



Intrattenimento e qualità formativa, questo il valore aggiunto per una convention di successo. E questo grazie alla unione di due realtà di riferimento: Walter Silvano, dello Studio Mario Silvano, con la sua importante esperienza di formazione nelle aziende e Giorgio Fabbri, direttore d'orchestra e trainer aziendale. Formazione, musica e spettacolo si

incontrano in un evento unico e originale, che unisce la possibilità di trasmettere contenuti formativi in modo coinvolgente ed emozionante. Il supporto per la costruzione della convention può essere totale o con interventi parziali a seconda delle esigenze. Un'opportunità per rendere una convention un momento di qualità e di grande valore. [www.studiomariosilvano.it](http://www.studiomariosilvano.it)

## Qualità made in Germany

Migliorano le prestazioni delle batterie alcaline di Varta, grazie alla nuova formula di grafite e anodo e all'aumento di elettroliti. Questo garantisce più potenza e una maggiore durata. Inoltre la rinnovata gamma di alcaline Varta presenta quattro diverse linee, differenziate per tipologia di utilizzo. Grazie a un packaging dal design immediato, per il consumatore sarà semplice individuare la soluzione migliore per le proprie esigenze. Le linee sono Lithium, MaxTech, High Energy, Longlife.

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



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

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



**fumasi**  
PROFESSIONAL TOOLS  
by Gimap

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

## Una chiave smart



**K**aba presenta la nuova chiave smart che soddisfa i più recenti standard tecnologici ed è compatibile con tutte le soluzioni di controllo accessi come Kabaevolo e Kabaexos 9300. È inoltre interfacciabile con i componenti di controllo accessi Kaba, come il cilindro digitale, il lettore o la maniglia clever. I diritti di accesso vengono controllati dal chip RFID integrato nella testa della chiave e programmati con il lettore da tavolo Kaba oppure con il software Kabaevolo o con il sistema Kabaexos. Questo consente una gestione flessibile delle autorizzazioni di accesso. Il design delle chiavi è stato rinnovato e adattato alla premiata linea di prodotti Kabaevolo, offrendo anche grandi possibilità in termini di personalizzazione.

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

## Vbs presenta il catalogo generale 2015

**V**bs, distributore all'ingrosso attivo soprattutto nel sud, presenta il nuovo catalogo 2015. Composto da 1200 pagine è realizzato con una veste grafica moderna e d'impatto per mettere in risalto tutti gli articoli trattati. Il catalogo è suddiviso in otto sezioni merceologiche, i prodotti sono rappresentati in modo chiaro e fedele, ogni singolo articolo viene descritto con caratteristiche, potenza, peso e dimensioni e le modalità di utilizzo. L'obiettivo è quello di fornire alla ferramenta al dettaglio un vero e proprio strumento di lavoro così da facilitarne gli acquisti. Oltre al catalogo generale, Vbs ha da anni sviluppato il sito internet [www.vbssrl.it](http://www.vbssrl.it), uno strumento costantemente aggiornato per fornire informazioni in tempo reale ai rivenditori e guidarli fino all'inserimento dell'ordine.

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



# Per ogni grande mestiere, un grande contenitore!



Nuova gamma di contenitori portautensili in tessuto.



Tessuto ad alta  
resistenza



Leggeri



Vani  
portautensili



Tasche porta PC  
e documenti



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



Part of Stanley Black & Decker, Inc.

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





## Susanna Cagnoni:

**Classe 1969, laurea in Economia e Commercio, un MBA, tanti viaggi ed esperienze all'estero, e dal 1996 attiva nell'azienda di famiglia, dove tutto è cominciato dalla gavetta, quella pura a dura!**

# Senior, mollate un po' le redini!

**Ferr:** Susanna ci racconti: quanto è stato difficile, per una donna giovane, trovare spazio in un'azienda di ferramenta?

**S.C.:** Effettivamente non è stato facile. Non tanto perché sono donna o fossi giovane, piuttosto perché avevo tutto da imparare, e al contempo, ovviamente, avevo gli occhi di tutti puntati su di me. Ma credo che questa sia la situazione nella

quale si trovano tutti i figli, quando iniziano a lavorare nelle attività di famiglia. (I miei fratelli maggiori, invece, hanno scelto altri percorsi di lavoro).

**iFerr:** Come si è avviato il suo percorso professionale in Cagnoni?

**S.C.:** All'inizio dalle operazioni di ogni singolo ufficio, attraverso tutte le tappe utili a comprendere davvero le logiche e le dinamiche aziendali. Poi, dopo un anno, si è deciso di investire in un nuovo sistema gestionale (software e hardware). Così sono stata catapultata a coordinare questo progetto di rinnovamento a 360 gradi.

**iFerr:** Perché lei aveva una formazione specifica, o una qualche esperienza in tal senso?

**S.C.:** No, proprio no! Ho affrontato la questione da zero, come coordinatore di progetto, quindi partendo non dalle questioni tecniche, bensì dalle necessità operative, e poi coordinando tutti i fornitori di questo progetto in funzione delle necessità. Questa esperienza è stata molto formativa, perché mi ha costretta ad analizzare tutti i differenti aspetti peculiari dell'azienda e a gestire persone, processi, aspetti tecnici. Così ho potuto acquisire una visione davvero organica e complessiva della nostra attività.

**iFerr:** E oggi, di cosa si occupa?

**S.C.:** Sono Responsabile della Funzione Acquisti e del Marketing (l'area disciplinare oggetto della mia formazione universitaria). Inoltre continuo a coordinare i Sistemi Informativi, dal punto di vista gestionale (gli aspetti tecnici sono efficacemente gestiti da un mio bravissimo collaboratore interno insieme ai consulenti esterni).

**iFerr:** Secondo la sua esperienza, perché è tanto difficile, per i giovani, farsi largo nelle aziende di famiglia?

**S.C.:** Perché in Italia, a tutti i livelli, e in tutti gli ambiti, è

davvero tanto difficile l'opera di rinnovamento. Purtroppo questo non è un problema solo della ferramenta! Le posizioni di potere ruotano poco in molti contesti: aziendali, politici, amministrazione pubblica... Mentre invece il cambiamento sarebbe così utile e determinante per crescere ed evolversi! Tutto cambia: la tecnologia, il modo di fare le cose, e non ultimo i mercati. L'esperienza dei senior sarebbe davvero tanto più preziosa se messa a disposizione dei junior. Certo, questo vuol dire avere il coraggio di fare un passo indietro, accettare di non essere più i (soli) protagonisti, per lasciare dello spazio alle nuove leve.

**iFerr:** Effettivamente non è semplice, mollare le redini, passare ad un ruolo di comprimari!

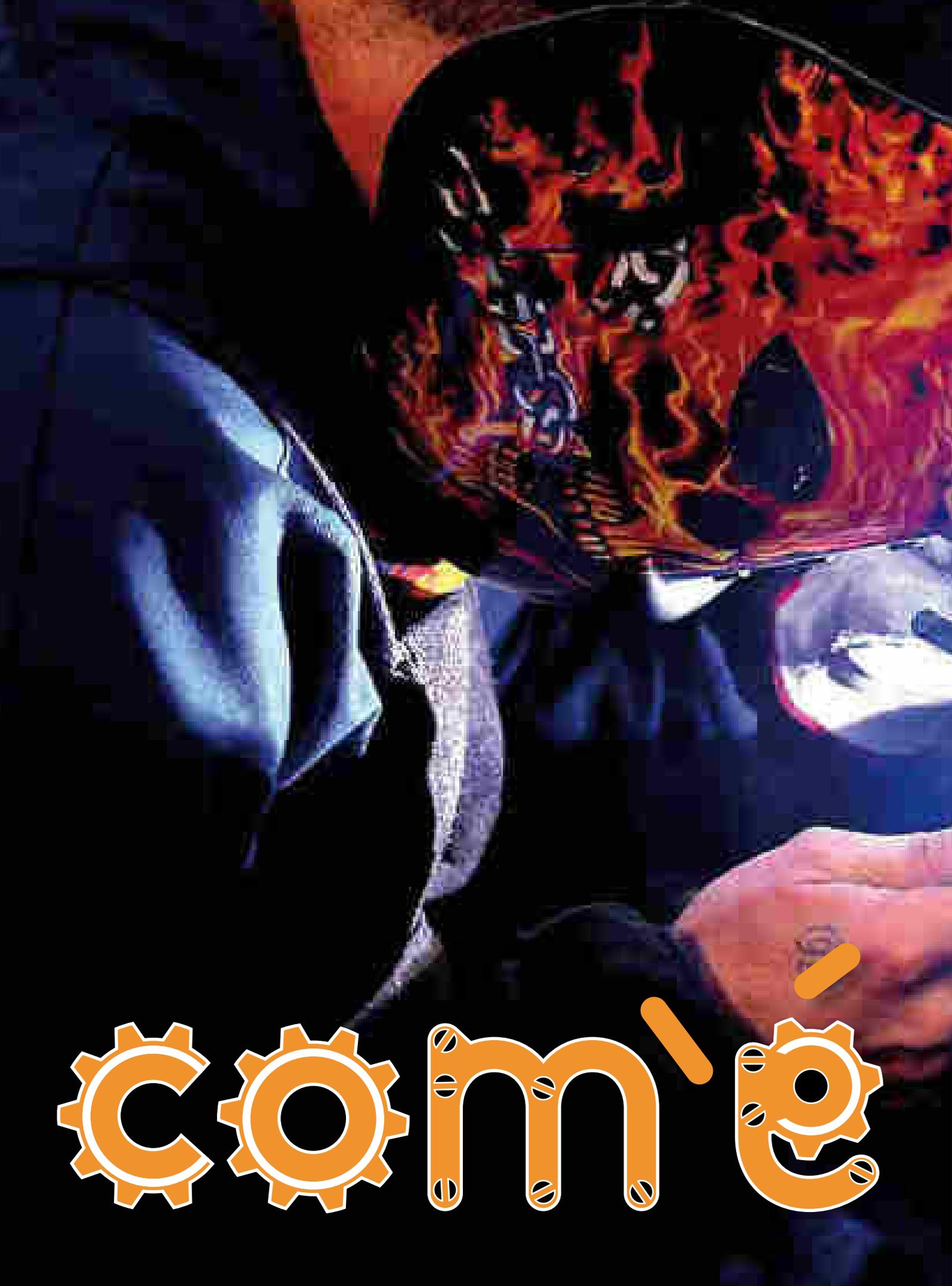
**S.C.:** Vede, è proprio questo, l'errore! Lasciare le redini, dare spazio alle nuove generazioni, non significa smettere di essere importanti e decisivi. Vuol dire solo avere il coraggio e la generosità di mettere a disposizione degli altri la propria esperienza e saggezza. Significa essere ancora più preziosi, perché lungimiranti abbastanza da comprendere che la professionalità di un senior a supporto dell'energia innovativa di un junior, rappresenta l'unica vera prospettiva per il futuro positivo delle aziende familiari.

**iFerr:** A questo punto le chiedo: cosa suggerirebbe, alle nuove generazioni?

**S.C.:** Non lasciatevi demotivare dalle molte difficoltà. Formatevi in aula e sul campo. Prendete in mano le situazioni, e fatelo con consapevolezza, partendo da un presupposto imprescindibile: i giovani hanno energia, fantasia, prontezza di riflessi, ma non hanno esperienza, hanno tanto da imparare. Abbiate rispetto per ciò che è stato già fatto e tanto coraggio per cambiare e affrontare gli ostacoli, nonostante tutto! Perché il gioco vale davvero la candela.

**iFerr:** Mentre per i veterani, qualche suggerimento?

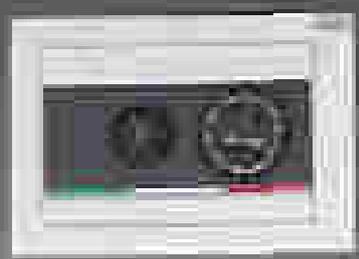
**S.C.:** Esistono tanti luoghi di confronto dove affrontare la questione del cambio generazionale. Sicuramente la questione è spinosa, ma essere la storia e la visione prospettica di un'azienda, lasciando l'attività gestionale quotidiana alle nuove leve, non è disonorevole!



com'è



Hardware CASPER



fatto?

**15 mosse, per 2 ore e 40 minuti! E la cassaforte è pronta per la distribuzione. Parola di Bordogna, azienda storica e specializzata, che opera da decenni nel mondo della sicurezza con un'offerta prodotti ampia e completa**

# Da 0 a 15 in 2h e 40'

**I**n questo episodio di Come è fatto, vi racconteremo della nascita di una cassaforte. Non di una cassaforte qualunque, bensì di Vesta, cassaforte a muro di tipo domestico, prodotta da Bordogna, azienda specializzata e storica del settore, che opera nel mondo della sicurezza da decenni, con una gamma di prodotti che arriva fino ai mercati professionali delle istituzioni e delle banche. Vesta è disponibile con serratura a chiave, serratura a combinazione elettronica e a combinazione meccanica.

## ALLE ORIGINI, È LA LASTRA

Tutto inizia con delle lastre di lamiera metallica (acciaio, ferro, alluminio e acciai speciali) di spessore e composizione variabile, a seconda della destinazione d'uso. Una macchina armata di laser, taglia incide e sagoma queste lamiere sino ad ottenere i prelaborati di base, che andranno a costituire tutti i singoli componenti della cassaforte. A questo punto, si procede alla piegatura dei pezzi. In alcuni casi il processo è manuale, in altri, (gioco forza, visti gli spessori e le composizioni delle lastre!) è automatico e gestito da macchine a controllo numerico.

## 1 - LA MATERIA PRIMA

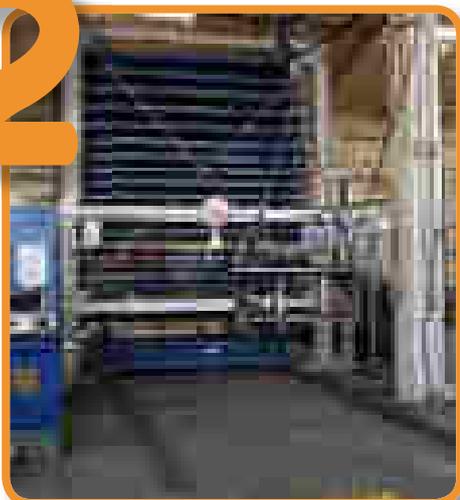
**Fogli di lamiera in acciaio, ferro, alluminio e acciai speciali, costituiscono la base di lavorazione di tutte le singole componenti della cassaforte.**



## 3 - TAGLIO LASER

**Le macchine da taglio, che operano tramite raggi laser, sono programmate per tagliare automaticamente le lamiere in funzione del materiale di cui sono composte e del loro spessore, sagomando come da programma reimpostato, i singoli componenti.**

# 2



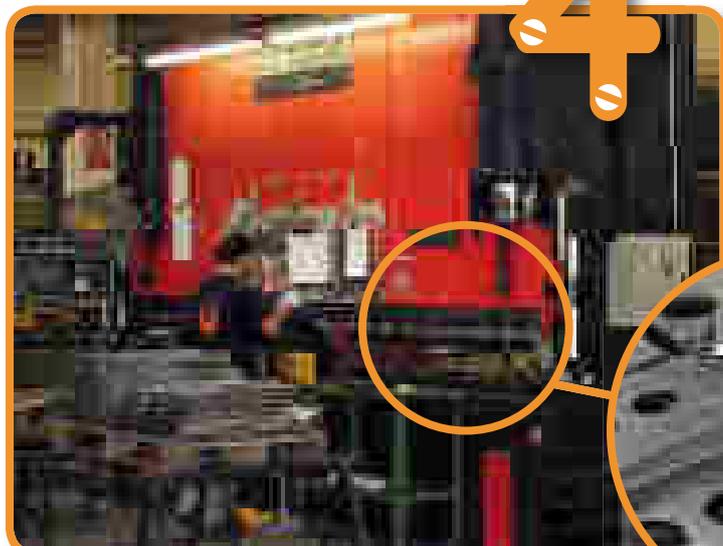
## 2 - FASE INIZIALE

**Un carro ponte trasferisce i fogli di lamiera alle macchine da taglio.**



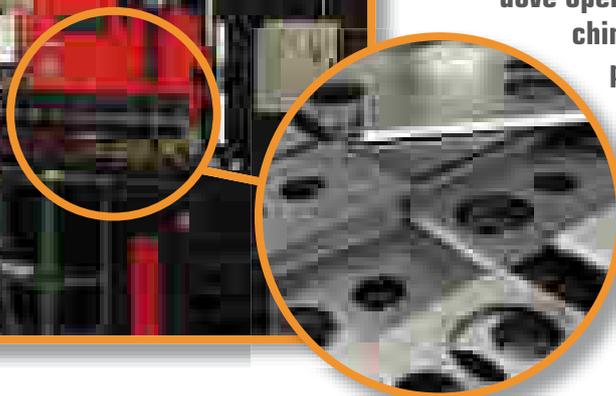
# 3

4



#### 4 - PIEGA

Manualmente, tutti i pezzi così tagliati, vengono trasferiti alle postazioni di piega, dove operatori specializzati e macchine apposite, provvedono alla piegatura e alla sagomatura dei componenti.



#### 5 - SALDATURA

A questo punto si passa a una prima fase di assemblaggio. In questa fase, un operatore specializzato e delle macchine specifiche, provvedono alla saldatura dei componenti. La saldatura è effettuata secondo tre differenti processi operativi, che dipendono dalle prestazioni richieste. I processi sono: saldatura tradizionale di tipo manuale, saldatura robotizzata gestita da un macchinario a controllo numerico, e saldatura TIG, acronimo di Tungsten Inert Gas, saldatura ad arco con elettrodo infusibile (di tungsteno), sotto protezione di gas inerte, che può essere eseguito con o senza metallo di apporto. La saldatura TIG è uno dei metodi più diffusi, fornisce giunti di elevata qualità, ma richiede operatori altamente specializzati.



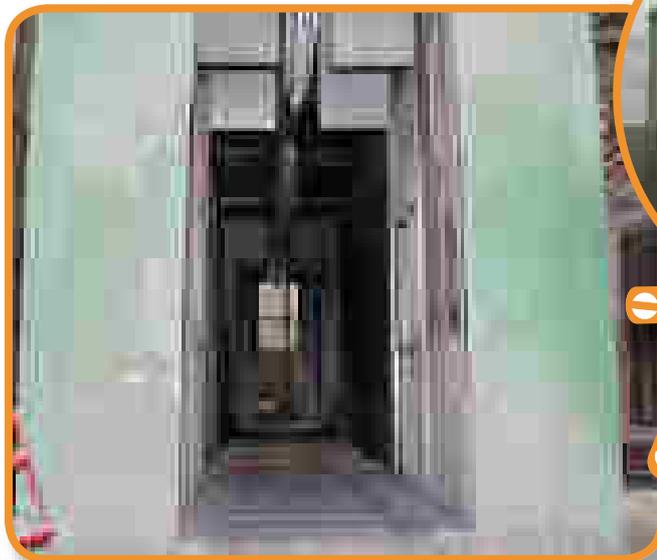
5



#### 6 - LAVAGGIO

È il momento del Fosfosgrassaggio dei componenti tagliati, piegati e saldati. Il processo, che avviene attraverso progressivi passaggi dentro tunnel automatici, è una combinazione di agenti chimici e differenti livelli di temperatura e termina con un risciacquo con acqua di rete e acqua demineralizzata.





## 7 - ASCIUGATURA

I componenti, sgrassati, detersi e sciacquati, devono essere accuratamente asciugati, attraverso il passaggio in appositi forni.

## 8 - PREFINITURA

I componenti, così detersi, sono pronti per la verniciatura a polvere, che prosegue lungo la medesima linea automatica di lavorazione, tramite speciali pistole automatiche. Una parte ulteriore di componenti invece, viene trasferita in stabilimenti esterni, dove subisce il trattamento di zincatura.



A questo punto, i componenti piegati, vengono saldati tra loro per gruppi funzionali, e sono pronti per la fase successiva.

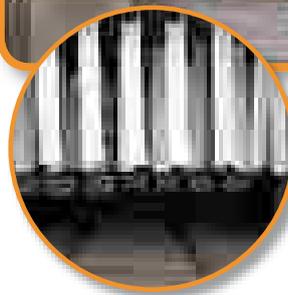
### PULIRE E TRATTARE

Naturalmente, taglio e saldatura generano inevitabili residui. Ecco allora che i pezzi prelaborati necessitano di essere puliti sgrassati e asciugati. Il processo avviene in linea, attraverso differenti passaggi all'interno di tunnel dove passano e scorrono detergenti, acqua e aria. Terminata questa fase, si può passare ai trattamenti superficiali protettivi: alcuni componenti vengono zincati, altri invece sono verniciati a polvere, fissati in speciali forni e infine raffreddati

nel cosiddetto polmone di raffreddamento. Tutto questo è governato e gestito attraverso una linea automatica, controllata da un operatore specializzato.

### FONDAMENTALE, È L'UOMO!

Una volta approntati tutti i componenti, la cassaforte deve essere montata e assemblata. In questa fase tutto avviene manualmente, grazie all'intervento puntuale di tecnici specializzati. Questo è anche il momento ultimo di controllo e verifica che tutti i componenti siano adeguati, e il loro funzionamento corretto. Fatto ciò, la cassaforte può essere inscatolata e immagazzinata, pronta per la spedizione ai punti vendita.



## 9 - COTTURA E FISSAGGIO

Per fissare la vernice, i pezzi vengono trasferiti in appositi forni di polimerizzazione, dove sostano per circa 30-35 minuti ad una temperatura di circa 200 gradi.



10

### 10 - POLMONE DI RAFFREDDAMENTO

Naturalmente, dopo aver subito il trattamento di polimerizzazione, i componenti devono essere raffreddati. Per questo sostano per altri 30-35 minuti in un polmone di raffreddamento.



11

### 11 - PRONTI PER IL MONTAGGIO

I componenti sono così pronti per essere sganciati manualmente e condotti alle postazioni di ultimo montaggio.



12

### 12 - ASSEMBLAGGIO

Cassone, porta con tutti i meccanismi e i movimenti, e serrature, arrivano alla postazione di montaggio, dove un addetto specializzato provvede all'assemblaggio a regola d'arte di tutti i componenti.

### 13 - IL MARCHIO

Per chiarezza di comunicazione, viene apposto il marchio (prodotto certificato) secondo la EN, normativa specifica di riferimento.



13

14



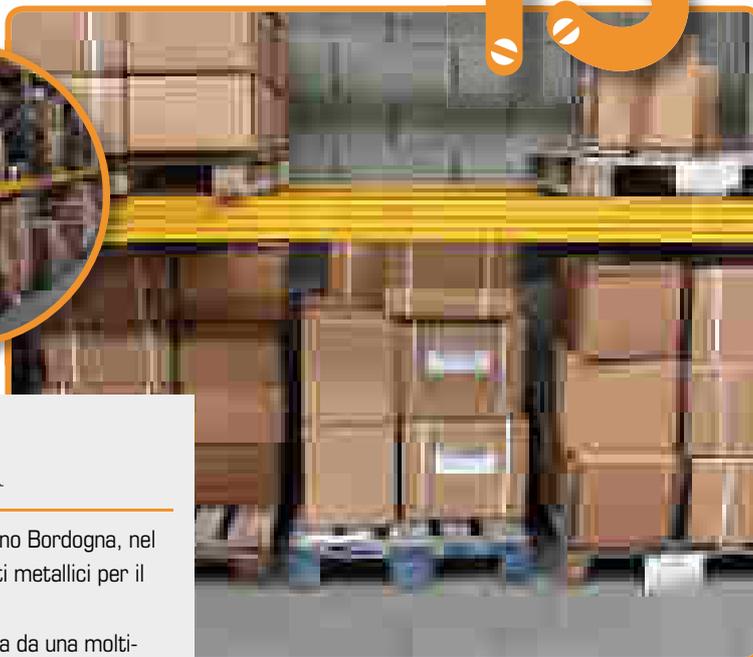
**14 - IMBALLAGGIO**

Il prodotto finito e marchiato, è a questo punto inserito in scatole con apposite protezioni in polistirolo che garantiscono una adeguata tutela durante le successive fasi di stoccaggio e trasporto.

15

**15 - A MAGAZZINO**

Nel magazzino, le casseforti sono pronte per la spedizione ai punti vendita.



**A PROPOSITO DI BORDOGNA**

Bordogna nasce sulle rive del fiume Oglio, per mano di Ottorino Bordogna, nel 1943. In origine l'attività consisteva nel realizzare componenti metallici per il settore tessile, e caloriferi per il settore idraulico.

Negli anni Cinquanta la sua attività primaria era caratterizzata da una moltitudine di lavorazioni della lamiera in genere. Nel Cinquantacinque grazie anche all'impulso dato dal figlio Tullio, l'azienda si trasforma da bottega artigianale a industria. La nuova struttura permette di acquisire nuovi mercati e clienti. Verso la fine degli anni Settanta, sulla base dell'esperienza maturata in ambito di forniture militari, Tullio decide di investire nel settore della sicurezza. A metà degli anni Ottanta entrano in azienda i figli di Tullio, Alberto e Riccardo. Negli anni Novanta si investe nella società argentina creata dal fratello di Ottorino, emigrato dopo la guerra. L'azienda viene modernizzata con nuove tecnologie e, grazie alle capacità dei cugini Gabriele e Federico copre oggi mercati sia nel

settore carpenteria che in quello della sicurezza. Nel 2002 entra a far parte del gruppo la Stahl, azienda specializzata nella produzione di sistemi di sicurezza per il mercato bancario. Oggi Bordogna Group spazia dalle casseforti per uso civile a quelle per impieghi professionali e militari.



**PENSIERO DECISIVO**

Nulla può succedere, se prima non si fissano e si sviluppano le idee. Realizzare una cassaforte sicura infatti, richiede un importante investimento in termini di ideazione e progettazione. A maggior ragione se si vuole raggiungere l'obiettivo della certificazione. In questo caso, in fase progettuale, il prodotto deve essere concepito per rispondere alle normative volontarie, utili per ottenere l'apposito certificato secondo le EN di riferimento.

# L'INNOVAZIONE. PURA & SEMPLICE.

## **NINJA LASER**

Per chiavi piatte, laser e Tibbe



## **CAMILLO BIANCHI**

Letto di profili  
per chiavi piatte



## **NINJA VORTEX**

Per chiavi laser e punzonate



## **THINK NEW.**

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

A BIANCHI 1770 GROUP COMPANY



  
BIANCHI 1770 GROUP

 **KEYLINE**  
*Innovators by design | Since 1770*



Andrea Cereda

## Costretti a

**Bulloneria Bergamasca ha saputo in pochi anni ampliare la propria gamma scegliendo marchi di riferimento per poter rispondere in modo competitivo ai propri clienti. In occasione dell'open day organizzato il 19 settembre abbiamo incontrato Andrea Cereda, direttore commerciale per farci raccontare la loro storia.**

**B**ulloneria Bergamasca è da anni una solida realtà nel settore delle viterie e particolari speciali in costante evoluzione, e occupa con successo un importante spazio di mercato. Attenta e sensibile alla formazione e al servizio venerdì 19 settembre l'azienda di Treviolo ha organizzato un open day presso la sede invitando clienti e fornitori di riferimento come ad esempio Krino, Usag, DeWalt, Elematic. Obiettivo: evidenziare come l'azienda sia riferimento non solo per la bulloneria classica ma anche per una gamma ampia e completa di utensili e accessori. In occasione dell'open day abbiamo incontrato Adriano Cremaschi titolare della Bulloneria Bergamasca e Andrea Cereda che ne è il direttore commerciale e che ci ha rilasciato questa intervista.

**iFerr: Cereda, come nasce la vostra storia alla Bulloneria Bergamasca?**

**A.C.:** Con Cremaschi abbiamo preso in mano la Bulloneria 7 anni fa. Inizialmente l'azienda aveva un assortimento molto limitato e abbiamo capito che per poter dare sviluppo e fornire al cliente prodotti competitivi dovevamo puntare su marchi di riferimento. Abbiamo così ampliato la gamma scegliendo fornitori come Krino, Usag, DeWalt, che grazie alle performance dei loro prodotti hanno una grossa attrattiva sul cliente. I risultati sono arrivati e abbiamo dovuto dopo poco ampliare il nostro magazzino!

**iFerr: E quali obiettivi vi proponete con l'open day di oggi?**

**A.C.:** Il motivo principale è quello di dedicare una giornata ai nostri clienti dando loro la possibilità di incontrare direttamente i nostri migliori fornitori. Abbiamo



Adriano Cremaschi

voluto creare un'occasione proficua e costruttiva di scambio e approfondimento tra gli addetti ai lavori.

**iFerr:** **Mi tolga una curiosità, come mai avete scelto di fissare il vostro evento nel giorno di FerExpo?**

**A.C.:** Abbiamo pensato di sfruttare la concomitanza sperando che la fiera convogliasse sul territorio bergamasco molti clienti. E allora perché non cogliere l'occasione e venire a fare un giro da noi visto che molti brand importanti sono qui e non in fiera?

**iFerr:** **Siete una realtà giovane e innovativa, quali sono i vostri obiettivi?**

**A.C.:** Principalmente quello di avere un magazzino molto fornito in modo da poter anticipare le esigenze dei clienti e non solo quelle classiche, ma anche quelle latenti dimostrando che noi siamo

in grado di fornire materiali e strumenti fondamentali per un corretto lavoro professionale e da hobbista.

**iFerr:** **A chi vi rivolgete?**

**A.C.:** Abbiamo una clientela molto eterogenea che va dal professionista al piccolo punto vendita, fino all'appassionato del bricolage.

**iFerr:** **Avete investito nel magazzino e nella comunicazione, scelte coraggiose e lungimiranti in un periodo di crisi!**

**A.C.:** Noi crediamo che per avere successo bisogna investire, migliorarsi ed essere presenti sul campo in prima persona, nessuno vuole avere a che fare con i perdenti. Questo vuol dire che il nostro punto vendita deve essere sempre fornito, ordinato, pulito per trasmettere ai clienti solidità, competenza e ottimismo. Insomma siamo costretti a vincere!



# Siete Pronti?

Innanzitutto, a moderare gli interventi della giornata, sarà Alessandro Milan, giornalista e conduttore di Radio 24. Ma di questo vi abbiamo già parlato. Non solo. La partnership con Assofermet, Associazione di riferimento dei grossisti di ferramenta, non è solo istituzionale, ma anche e soprattutto operativa. Infatti Assofermet in questa edizione di iFerr Day è parte attiva nell'organizzazione del congresso, e durante l'evento oltre a premiare il grossista dell'anno, parteciperà con interventi decisivi all'apertura dei lavori. Dopo di che, ecco cosa bolle in pentola.

## IL CONGRESSO

L'approfondimento congressuale quest'anno è ancora più ricco e interessante. I due temi centrali, **Rispetto della filiera**, e **Imprenditoria e etica**, sono strategici e determinanti, e chiedono a gran forza di essere affrontati e sviscerati, anche nel nostro mercato. Distributori all'ingrosso, grandi dettaglianti tradizionali, referenti della grande distribuzione specializzata, e poi aziende di produzione e opinion leader, si alterneranno in sala e sul palco, per cercare di dirimere la spinosa questione del rispetto della filiera, nell'era di internet e della comunicazione globale e assoluta. Un compito non facile che animerà la prima parte di congresso.

Ma non basta, perché oggi un'impresa è davvero produttiva sotto tutti i punti di vista (economico finanziario umano e sociale) solamente se è capace di basare le sue fondamenta su principi etici molto solidi. Di questo si parlerà nella seconda parte congressuale di iFerr Day 2014, in compagnia di don Antonio Mazzi, sacerdote combattente, imprenditore di fatto, in quanto fondatore della comunità Exodus, e di Beppe Carletti leader storico del gruppo musicale italiano *I Nomadi*. Con lui, esperti di economia della felicità, certificatori della reputazione, uomini di business che hanno saputo consolidare

**Vi aggiorniamo. Ad iFerr Day 2014, il Congresso annuale dei grossisti di ferramenta, le novità sono davvero tante.**

## A PROPOSITO DI DON ANTONIO MAZZI

Nasce a Verona il 30 novembre 1929. Nel 1955 viene ordinato Sacerdote. Da subito inizia ad approfondire le problematiche dell'età evolutiva, frequentando dal 1962 al 1965 corsi di specializzazione di psicologia, psicopedagogia e psicanalisi delle istituzioni. Dal 1970 per approfondire le problematiche della disabilità ha frequentato vari stages all'estero. Nel 1979 diviene Direttore dell'Opera don Calabria di Milano, a ridosso del Parco Lambro, tragicamente famoso come il più grande mercato europeo dello spaccio. Risale a questi anni la presa di coscienza della gravità del fenomeno della tossicodipendenza, concretizzatasi con l'ideazione del Progetto Exodus. Lotta per la realizzazione concreta di percorsi alternativi al carcere per ex terroristi ed ex tossicodipendenti. E da quel momento in poi la sua attività a supporto dei più deboli, in Italia e all'estero, non si ferma più.

## A PROPOSITO DI EXODUS



Il nome Exodus richiama direttamente l'esodo biblico. Il racconto della liberazione del popolo ebreo dalla schiavitù d'Egitto attraverso un lungo viaggio nel deserto del Sinai. L'Esodo biblico è il paradigma di tutti i cammini di liberazione. Exodus è la storia di un avamposto sociale. Le attività si sviluppano intorno a quattro filoni tematici e ad alcune necessità trasversali. I quattro settori sono sintetizzabili in quattro parole: accoglienza, adolescenti, internazionale e lavoro.

L'idea di Exodus ha potuto attecchire e svilupparsi grazie alla collaborazione con enti pubblici e privati e grazie anche al sostegno diretto di alcuni amici: molto importante la loro presenza, sotto tutti i punti di vista. Con il crescere e il consolidarsi delle diverse esperienze si sono trovate via via forme giuridiche diverse per organizzare le risposte all'interno dei differenti settori. In questo modo accanto alla Fondazione Exodus sono nate cooperative, consorzi, associazioni.

il loro indiscutibile successo professionale, proprio grazie a un forte approccio etico.

### AREA SICUREZZA

Ersi, partner di iFerr (Magazine, Day e Online) in materia di sicurezza, sarà presente all'evento in veste istituzionale, ma non solo. Sì, perché quest'anno l'associazione avrà uno spazio espositivo dedicato, nel quale organizzerà delle sedute tecniche dimostrative di:

- forzata e ripristino cilindri porte blindate;
- duplicazione chiavi per auto.

Durante la giornata, nell'area riservata agli espositori, serraturieri e tecnici specializzati di Ersi, saranno presenti allo stand, per dimostrare al pubblico la regola dell'arte nella forzata e nel ripristino dei cilindri montati su porte blindate, e nella duplicazione delle chiavi per auto.

Un momento formativo di alto profilo, dunque, a disposizione di tutti i visitatori accreditati all'evento iFerr del prossimo 2 dicembre. Per l'occasione sarà allestita un'area espositiva dedicata alla sicurezza, nella quale troveranno spazio tutte le aziende più qualificate del comparto.

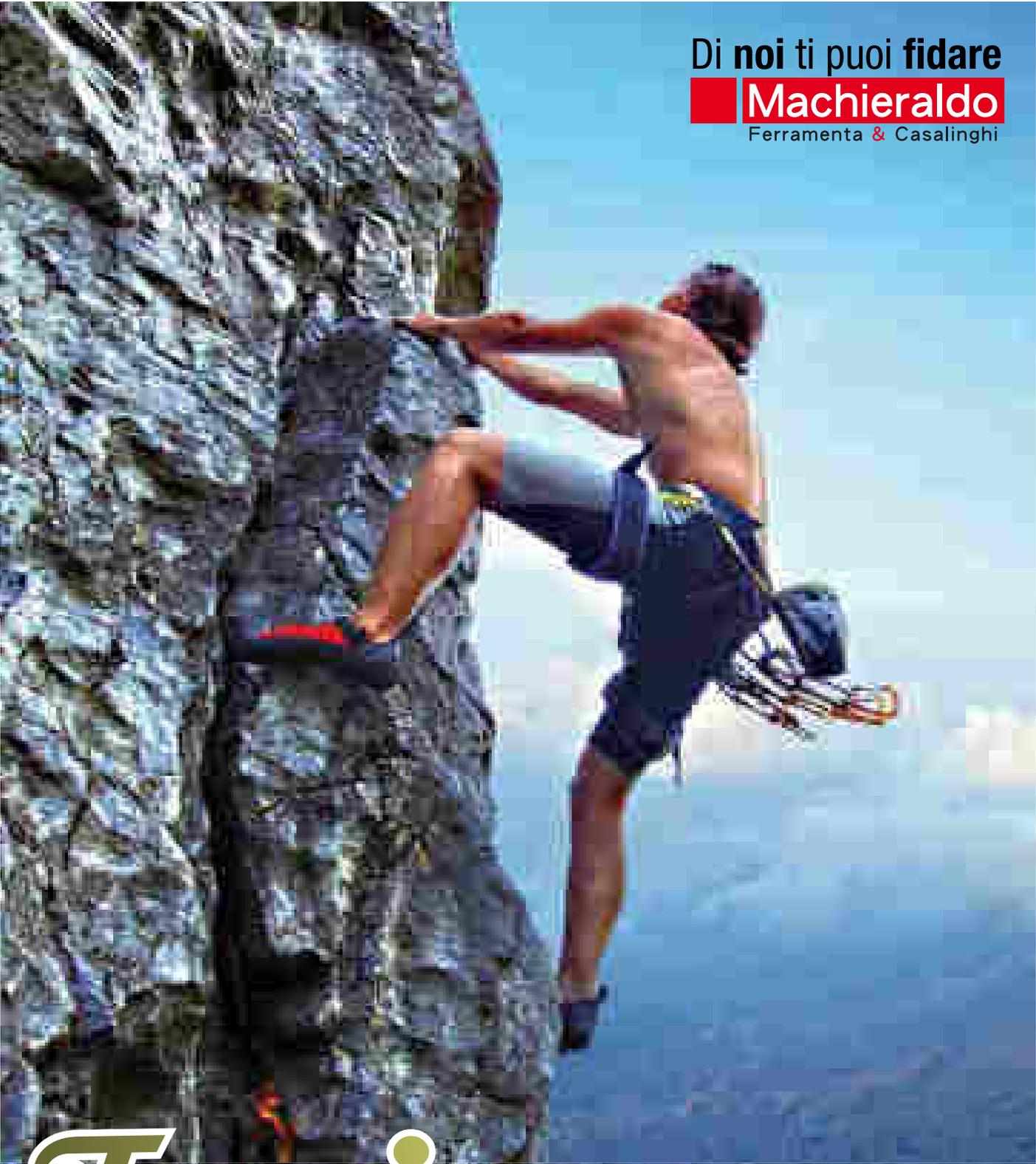
### UBIFRANCE ITALIA È ANCORA CON NOI

Anche in questa edizione, si conferma la partnership internazionale con Ubifrance Italia, sede italiana dell'agenzia francese per lo sviluppo commerciale. Una rappresentanza di aziende sarà presente e parteciperà alla giornata espositiva e di approfondimento, con l'obiettivo di sviluppare e consolidare le relazioni commerciali e professionali tra i nostri paesi. Una importante opportunità di confronto.

## A PROPOSITO DI BEPPE CARLETTI

Nel 1963, allora sedicenne, fonda lo storico gruppo dei Nomadi, assieme ad Augusto Daolio, Franco Midili, Leonardo Manfredini, Gualberto Gelmini e Antonio Campari, e ne diventa il tastierista fino ai giorni nostri. Ma il suo talento musicale si estende anche ad altri strumenti quali il pianoforte, la fisarmonica, l'organo Hammond e il sintetizzatore. È l'unico membro della band rimasto dei fondatori ed è considerato dai fans il *leader indiscusso* del gruppo. Da sempre impegnato in *iniziative socio-umanitarie*, tra le quali la costruzione di una casa di accoglienza per bambini in Cambogia ed in Vietnam dove vengono aiutate ragazze vittime della baby-prostituzione. Il 19 agosto 2009 partecipa insieme a numerosi altri artisti al Concerto per Viareggio, concerto benefico ideato da Zuccherò in seguito al disastro ferroviario di Viareggio. Nel 2012, a seguito dei terremoti che hanno colpito l'Emilia, la sua terra, è stato promotore del Concerto per l'Emilia, tenutosi il 25 giugno, riuscendo a coinvolgere numerosi artisti, oltre che la Rai, che ha trasmesso l'evento.





Di noi ti puoi fidare

**Machieraldo**

Ferramenta & Casalinghi

# Tecnica

L'uso della magnesite per favorire la presa fu introdotto solo negli anni '50 dallo statunitense John Gill: una **novità tecnica** che aumentò da subito le prestazioni degli scalatori. **Machieraldo sfrutta tutte le novità del mercato, anche quelle legate alle nuove tecnologie**, e le propone ai suoi rivenditori per incrementare le loro **"prestazioni"** di vendita.

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

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

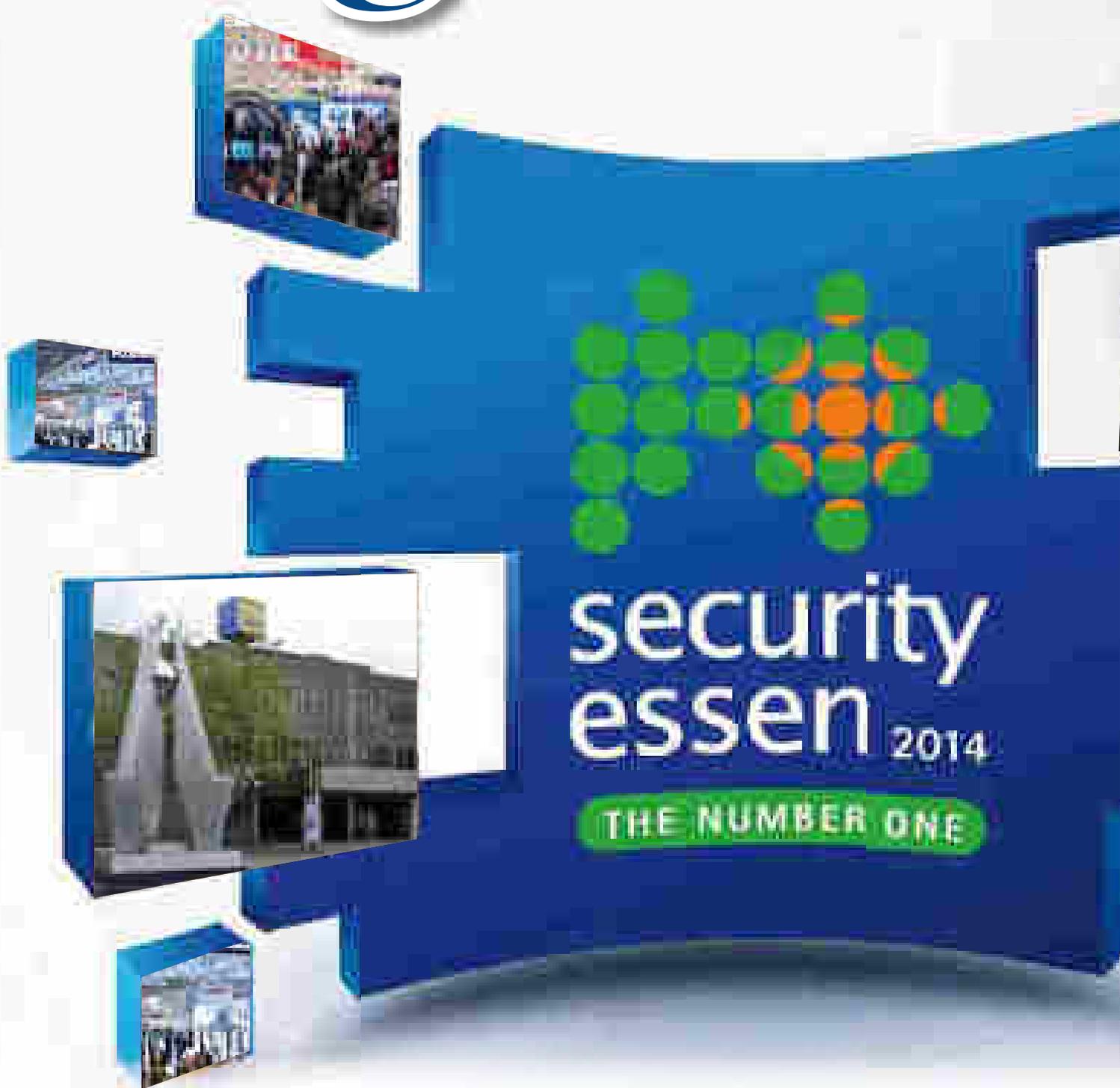
Via Villetta Strà, 12 - 13881, **Cavaglià (BI)**

Tel. 0161 96044

Fax 0161 966770

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

# Magnifica



# Quarantenne!

**Una fiera che piace, sotto tutti i punti di vista. Perché è completa nella sua offerta commerciale, culturale e anche tecnica. E perché raccoglie le migliori innovazioni e interpreta le più recenti tendenze del mondo della sicurezza.**

In occasione del suo 40° anniversario, Security Essen si è presentata in forma davvero smagliante. 1.045 espositori provenienti da circa 40 nazioni, per altrettante 40 aree specifiche di mercato - dalla tecnologia di sicurezza meccanica e digitale attraverso la protezione antincendio e Tvcc fino alla sicurezza IT e la lotta al terrorismo - hanno accolto i circa 39.000 visitatori professionali provenienti da oltre 110 paesi. Numeri di tutto rispetto, che ci raccontano come, nel mondo della sicurezza, sia forte e viva l'esigenza di aggiornamento e confronto. Interessante, in questa edizione, la presenza di espositori provenienti dall'Europa dell'est, con gamme e servizi degni di attenzione per innovazione e qualità, in materia di sicurezza in generale e serrature in

## SICURO SUCCESSO

Dopo 40 anni, Security Essen, si conferma l'appuntamento imperdibile, per affluenza di espositori e di pubblico, ma anche e soprattutto per offerta di prodotti innovazioni e servizi tecnici e culturali. Un evento che richiama un pubblico di alto profilo, proveniente da tutto il mondo, perché capace di presentare le soluzioni più innovative e intelligenti. Importante il ruolo culturale di questa fiera, che in ogni edizione punta ad essere lente di ingrandimento attraverso guardare in dettaglio al mercato di riferimento, e finestra sul futuro tecnologico ma anche commerciale di tutto ciò che ruota intorno al mondo della sicurezza. Per questo, Security Essen è più che mai appuntamento da non perdere. E per questo ad ogni edizione una importante delegazione di italiani presidia l'evento. Quest'anno, più di trenta aziende italiane hanno esposto ad Essen, e moltissimi serraturieri e specialisti (tra i quali una folta schiera di soci Ersi, associazione di riferimento che raggruppa tutti gli esperti italiani in riferme e serraturieri) non hanno voluto perdere un'occasione così unica per visitare i padiglioni, scoprire prodotti e tendenze tecniche e tecnologiche, e partecipare alle sedute formative e informative.



particolare.

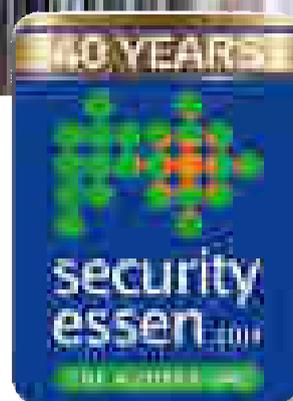
L'evento, biennale, è un punto di riferimento irrinunciabile, per tutti gli operatori più qualificati, provenienti da tutto il mondo. Particolare attenzione quest'anno, a due aspetti: quello della sicurezza dati e quello della sicurezza in viaggio. Due questioni sempre più attuali, che coinvolgono momenti ormai quotidiani del nostro vivere. Per questo, anche durante i forum e le sedute di approfondimento, molto si è discusso a proposito di tecnologie per la lotta contro gli attacchi informatici, le intercettazioni e lo spionaggio industriale.

## PRODOTTI E SERVIZI

Come vetrina dell'innovazione del settore, Security Essen presenta i nuovi orientamenti a proposito di sicurezza e antincendio. E i prodotti più innovativi sono premiati con la Security Innovation Award. Quest'anno, sono otto i vincitori ad aver ricevuto l'ambito marchio. Nella categoria Tecnologia e prodotti, il premio è andato a una porta di sicurezza multifunzionale, a un sistema Tvcc e a un sistema di illuminazione per esterni.

Interessante il programma formativo, fitto e di alto profilo, gestito da enti, università e aziende, così come il servizio visita guidata alla fiera, dedicato ad architetti, progettisti e gestori immobiliari. Segno evidente di come Essen sappia attirare l'attenzione di tutti gli anelli più qualificati della filiera dell'informazio-

ne, oltre che di quella commerciale e distributiva. Tra le innovazioni più interessanti, viste in fiera, le serrature che si possono gestire attraverso gli smartphone, i nuovi sistemi di Tvcc, l'applicazione della tecnologia RFID ad alcuni aspetti puntuali della sicurezza, e la sempre maggiore diffusione (ma anche versatilità e semplicità d'utilizzo) dei sistemi di controllo biometrici. Non sono mancate le novità in materia di casseforti domestiche, con particolare attenzione ad alcuni punti critici come il taglio e la manipolazione.



## L'ITALIA DELLA SICUREZZA TUTTA PRESENTE AD ESSEN DAL 23 AL 26 SETTEMBRE

In fiera ad Essen, una rappresentanza significativa di aziende che operano sul nostro territorio.

AMC Elettronica  
Assa Abloy  
AVS Electronics  
Bordogna Group  
C.E.I.A.  
Cisa – Allegion  
Elan  
El.Mo  
Global Proof

Iseo Serrature  
Isoclima  
Keyline  
Lince Italia  
Microtel  
Partitalia  
RCF  
Saima Sicurezza  
Sicep

Sicurit  
Silca – Kaba  
Stark  
Tecnoalarm  
Tsec  
Tutondo  
Ur Fog  
Videotec  
Vimo Elettronica

# TECNA<sup>®</sup>

Balancing your job

## bilanciatori

TECNA produce bilanciatori dal 1972

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

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

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

Made in Italy



■ 9200-9203



■ 9311-9313



■ 9320-9323



■ 9336-9350



■ 9354-9359



■ 9361-9369



■ 9451-9456



■ 95XX AX



# Agenti

## *sotto indagine*

**Fnaarc Lecco ha promosso un'indagine conoscitiva presso gli agenti di commercio iscritti alle federazioni provinciali di Como e Lecco. Obiettivo: fotografare la situazione e creare spunti e idee per crescere ed evolvere.**

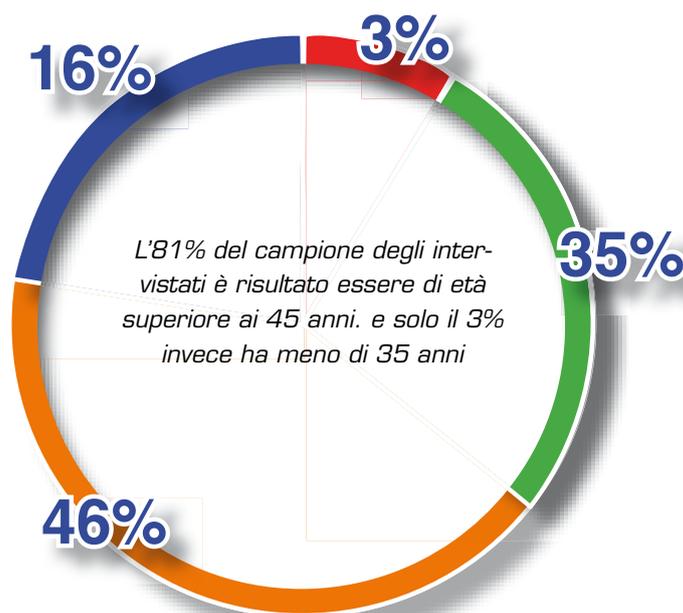


**T**ra il 1951 e il 1960 il Pil del nostro paese è cresciuto del 5,5%, i consumi delle famiglie sono saliti di ben sei punti percentuali. Nel decennio successivo la situazione è stata ancora più rosea, con un Pil a +5,6% e i consumi a +7,8%. Erano gli anni del boom economico, della ricostruzione e della grande ripresa. Gli italiani avevano voglia e anche bisogno, di tutto. E gli agenti di commercio, con la loro valigetta, il campionario, le copia commissione, battevano il mercato in lungo e in largo. Unico problema: arrivare qualche minuto prima della concorrenza. Dopo di che il gioco era fatto. O almeno il più, era superato.

A partire dalla metà degli anni ottanta però la musica è cambiata. I mercati si sono andati man mano saturando, la struttura commerciale definendosi, gli spazi di manovra riducendosi. E valigetta sorriso e buone intenzioni non sono stati più sufficienti. **Negli anni novanta allora l'agente di commercio ha dovuto rimettersi in gioco**, almeno nel suo approccio, lavorando più sugli aspetti marketing della sua proposta, che su quelli meramente di vendita fine a se stessa. Le statistiche, i trend, le quote di mercato, le marginalità, hanno iniziato a dominare sui semplici fatturati, perché per le aziende gli agenti erano ormai punti di congiunzione tra loro e i veri consumatori/consumi. Così, gli agenti si sono trasformati in perni centrali, talvolta proprio per questo anche scomodi se non addirittura fastidiosi, capaci di influenzare le scelte dei loro mandanti, oltre che dei loro clienti. Questo adattamento, è stato piuttosto morbido e graduale, in quegli anni. Fino a quando lo scossone della crisi non ha repentinamente rimesso tutto in discussione. E questa volta senza cuscinetti ad attutire l'urto. **Oggi gli agenti di commercio, in tutti gli ambiti, si trovano davvero stretti tra morse micidiali.** Perché se da un lato le aziende hanno bisogno di presidiare il territorio, dall'altro hanno altresì necessità di farlo secondo logiche del tutto nuove. Logiche che gli agenti non sempre sanno recepire con la corretta e auspicabile tempestività. Anche perché il **ricambio generazionale, in questa categoria professionale (e non solo, purtroppo!) è lento e pesante:** ben pochi giovani sembrano interessati a lanciarsi all'avventura, così lo stallo è inevitabile,

## L'età media

Tra i 20 e i 35 anni: 3%  
Tra i 36 e i 45 anni: 16%  
Tra i 46 e i 55 anni: 35%  
Oltre i 56 anni: 46%



così come la difficoltà nel rinnovare e innovare. Ecco perché l'iniziativa di Fnaarc Lecco, condotta dal veramente giovane presidente Andrea Secchi, ci è sembrata davvero importante, oltre che interessante, per contenuti e spunti di riflessione. **All'evento di Lecco**, sono stati presentati i dati sintetici di un'indagine che la Federazione ha voluto e promosso presso gli agenti di commercio, e che ha fornito **un quadro piuttosto esaustivo della situazione professionale della categoria**, almeno entro i confini del lecchese e dintorni.

### INUMERI DI PARTENZA

L'indagine è stata condotta su un bacino d'utenza di ben 3.272 agenti di commercio, iscritti alla Camera di Commercio di Lecco e Como. E qui emerge da subito il primo dato significativo: nella stessa area, al dicembre 2010 gli iscritti erano 3.527, con un calo percentuale che supera i 7 punti. Le interviste hanno coinvolto 224 agenti di commercio, con un questionario composto da

## Modifiche di mandato

Si: 53%

No: 47%



18 domande. Argomenti di approfondimento: la conoscenza dei propri diritti, i contenziosi con le aziende e l'evoluzione delle modalità di lavoro. Intanto, a proposito di fatidico ricambio generazionale, l'81% del campione è risultato essere compreso in un'età superiore ai 46 anni (e con almeno 20 anni di attività), e solo il 3% in una compresa tra i 20 e i 35 anni. Detto questo, salta all'occhio un dato interessante e impreveduto, data l'età e la lunga consuetudine professionale: il 39% del campione desidererebbe lavorare con l'estero se non addirittura all'estero. Segno evidente, ci permettiamo di dire, di un malessere generalizzato e di una insoddisfazione radicata, che nasce dalla faticosa congiuntura economica, ma trova terreno fertile nella tensione generale che domina oggi le relazioni professionali e commerciali nel nostro paese.

### INSTABILI, ZONE E CLIENTELA

Saltando a piè pari tutta la parte relativa alla consapevolezza dei propri diritti e alla soluzione dei contenziosi, perché decisamente meno interessante per il nostro pubblico di lettori, passiamo invece a illustrare l'analisi dei dati relativi all'evoluzione della professione di agente. E qui viene davvero il bello. **Il 35% degli intervistati ha subito variazioni di zona, il 48% ha registrato variazioni di clientela.** I dati nudi e crudi, possono forse dire poco, ma raffrontati a quelli dell'ultima indagine 2010 (rispettivamente 30% e 43%) raccontano una realtà in costante peggioramento e parecchio instabile. Tanto più se si considera che alla domanda: "hai avuto modifiche di mandato con riduzioni di zona e/o clientela?", il 53% del campione ha risposto sì. E dal momento che non sembra essere in corso un'iniezione di nuove e fresche energie, **resta da comprendere che fine abbiano fatto aree/clienti riafferiti:** sono diventati direzionali, sono stati ridistribuiti e concentrati nelle mani dei colleghi, sono ancora nel limbo? Infatti, tanto per semplificare, a fronte di un 20% di agenti che ha subito una riduzione di zona, solo il 15% ha registrato un aumento; e a fronte di un 33% che ha subito una riduzione di clientela, solamente il 15% ha invece beneficiato di un aumento.

### CHE FARE?

Certamente è il momento di **rimettere in moto questa professione, rendendola più appetibile per i giovani.** Per questo è assolutamente decisiva l'attività culturale e formativa che si può sviluppare grazie alle sinergie messe in moto dalla condivisione, della associazioni di categoria e dal lavoro sinergico di filiera. Belle parole, indubbiamente, ma assai difficili da trasformare in fatti e azioni. Perché è indubbio che la categoria degli agenti, ben abituata ai tempi d'oro, di fronte al recente terremoto commerciale e finanziario si sia trovata davvero impreparata. Allora, **momenti di confronto come quello promosso da Fnaarc Lecco, sono preziosi** per creare nuovi e più solidi presupposti perché l'agente di commercio riconquisti un adeguato ruolo centrale.



# NATURAL EVOLUTION

Green cactus

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](http://www.ambrovit.it)



**AMBROVIT®**  
BOLTS+SCREWS



ELYCOLON





# A proposito di *ottimizzazione*

**Ernesto Emanuele è il fondatore dell'omonima società che dal 1980 opera nel mondo della logistica. E da ormai alcuni anni è punto di riferimento anche per il mondo della ferramenta. Con lui abbiamo parlato di efficienza e esempi eccellenti. Partendo dall'esperienza Malfatti e Tacchini.**

**Ferr:** Ma è vero che con la sua società ha messo mano a logistica e magazzini di un gran bel numero di società importanti?

**E.E.:** A voi il giudizio. Abbiamo riorganizzato le strutture di aziende come Ferrari, illy caffè, Unilever, e in ferramenta abbiamo lavorato con grossisti di primo piano tra i quali ad esempio Franzini, Virlinzi, Siropa, Tacchini e altri.

**iFerr:** Parliamo dell'ultima esperienza, in ferramenta, quella con Tacchini. Come è nata la vostra collaborazione?

**E.E.:** Da stima reciproca, prima di tutto, e poi dalla consapevolezza di Michele Tacchini di avere davvero tanto bisogno di mettere mano alla sua struttura, partendo dalla logistica che presentava evidenti punti deboli.

**iFerr:** Ce li può raccontare?

**E.E.:** Volentieri. Il primo e il più evidente stava nella dislocazione duplice delle merci. In Tacchini si lavorava su due sedi,

con due magazzini, distanti tra loro una quarantina di chilometri. Una situazione assolutamente antieconomica, e decisamente insostenibile in un'epoca dove ottimizzazione delle risorse ed efficienza nelle risposte, corrispondono ad altrettante leve competitive decisive, per il successo di un'impresa commerciale (e non solo!).

**iFerr:** Dopo di che, quali altre aree di miglioramento avete identificato?

**E.E.:** Una scelta poco efficiente delle unità di carico, che invece è determinante, se si vuole ottenere una logistica capace di rispondere in modo adeguato e tempestivo alle più moderne esigenze di mercato.

**iFerr:** Scusi ma: cosa si intende per unità di carico?

**E.E.:** Di fatto è il metodo di stoccaggio (pallet o scaffale) della merce, studiato e definito in funzione del suo formato/formato di confezione/peso/indice di rotazione. Questo per ridurre al minimo la manipolazione del materiale dal momento

del suo arrivo, al momento della sua uscita, passando per la sua collocazione in magazzino.

**iFerr: E quanto tempo ha richiesto, lo studio e la riorganizzazione delle unità di carico?**

**E.E.:** Circa tre giorni di lavoro di due nostre squadre di esperti, con il supporto naturalmente di un dirigente dell'azienda che ha dato un contributo davvero prezioso perché ci ha aiutati non poco a discriminare flussi e priorità, all'interno del magazzino.

**iFerr: La struttura è automatizzata?**

**E.E.:** No abbiamo scelto di puntare sulla movimentazione manuale. E il motivo è semplice da spiegare: in ferramenta le referenze sono moltissime, e gli ordini

prevedono tante piccole quantità di tanti prodotti diversi. Un sistema automatico rallenta troppo il prelievo così strutturato. Tanto è vero che chi, nel mondo della ferramenta, ha scelto la strada dell'automazione dei magazzini, ad oggi se ne è un pochino pentito.

**iFerr: Quale obiettivo volevate raggiungere, con questa realizzazione?**

**E.E.:** L'obiettivo di un magazzino in generale sta tutto nell'ottimizzazione della produttività (quindi costi movimentazione molto bassi), nell'ottenimento della massima flessibilità e nell'aumento del livello di servizio, perché tutto questo premia le aziende in maniera esponenziale. In Tacchini abbiamo cercato di avvicinarci il più possibile a questo obiettivo.

## IL MAGAZZINO IN SINTESI

In Tacchini si è scelto di realizzare una struttura a corridoi stretti perché, nell'assortimento specifico, tantissime sono le referenze piccole: la priorità quindi era di renderne molte accessibili da un unico punto.

Superficie complessiva del magazzino ad oggi allestito: circa di **4.000 mq** di area, con un'altezza di circa **10 metri**

### Scaffalatura:

**9** piani per scaffalatura

**5** piani per i pallet

### Altezza top del materiale:

**9** metri

### Referenze attuali a magazzini:

**23.000**

### Possibilità ampliamento referenze a magazzino:

**+30%**

### Area ancora da allestire:

**1.500 mq**

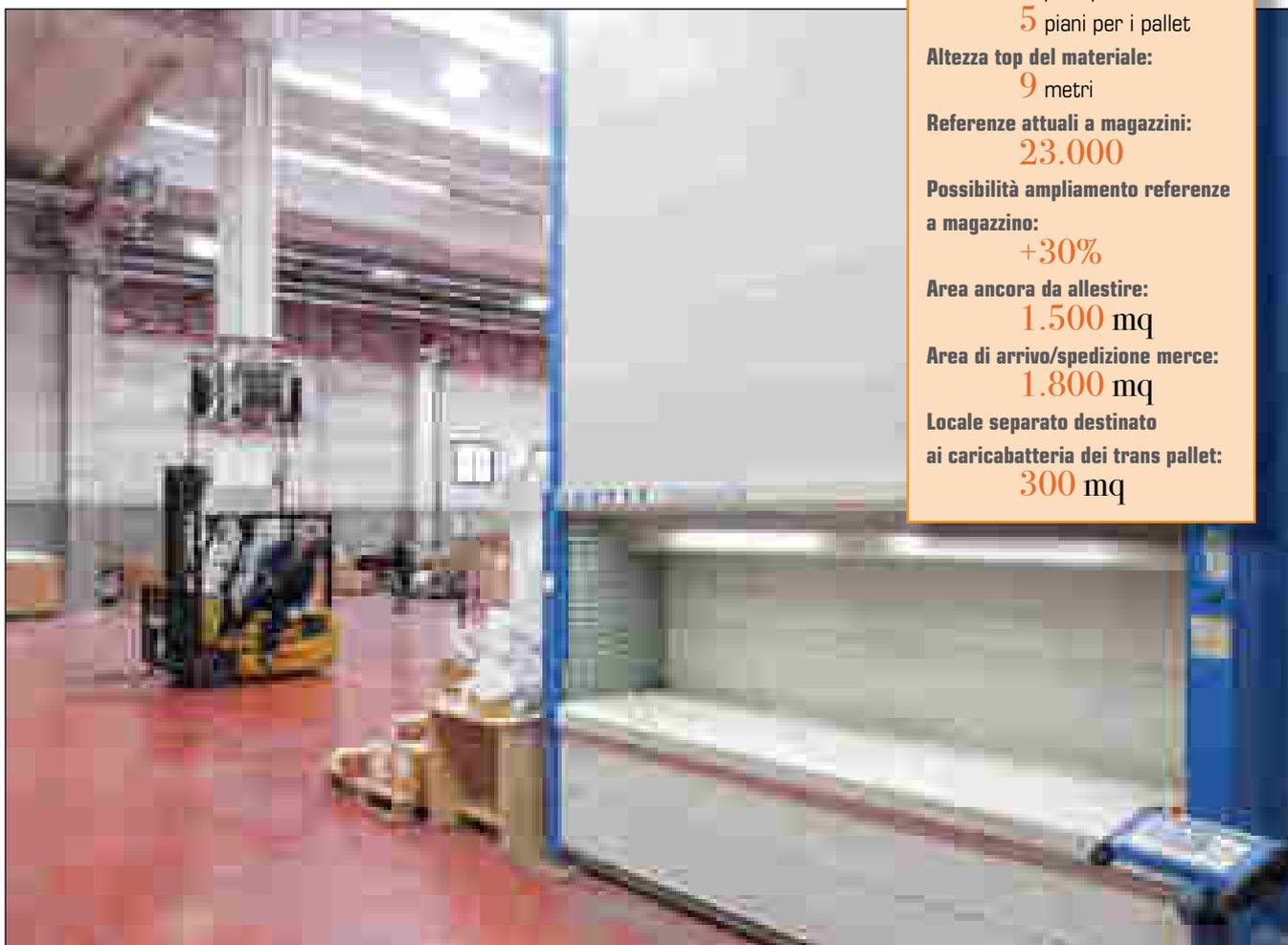
### Area di arrivo/spedizione merce:

**1.800 mq**

### Locale separato destinato

ai caricabatteria dei trans pallet:

**300 mq**



**INECO** JUMP IN BLUE!

NUOVA LINEA 2014  
Spazzole per metalli



Lascia il segno.

INECO, Industrial National Coating Tools S.r.l.  
Via di Serramure, 122  
20095 Cinisello Balsamo (MI)  
Tel. +39 039 804322  
Fax +39 039 5774181  
E-mail: [info@ineco.it](mailto:info@ineco.it)



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

# Pessimisti, o *Ottimisti* nella vendita?



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

**Quante volte ci hanno detto che bisogna guardare in ogni cosa sempre il lato positivo?...È sempre facile?**

**M**olto spesso capita che si affronti la giornata con un occhio pessimista, e ciò può capitare per diversi motivi, come stanchezza

o le delusioni accumulate, e ovviamente nella vendita, i risultati non sono quelli attesi. Tutti noi ci siamo trovati a vivere giornate in cui non riusciamo a non ingigantire gli eventi negativi (un cliente che ci ha rifiutato un ordine) e quindi vediamo il famoso *"bicchiere mezzo vuoto"* e non riusciamo a vederlo *"mezzo pieno"*.

## **VI È MAI SUCCESSO?**

Nell'attività di vendita non è l'atteggiamento più consigliato per avere successo dato che il risultato di una trattativa dipende al 90% da noi. Peggio ancora è la situazione in cui il pessimismo non è la condizione psicologica di una sola giornata, ma diventa un modo costante di affrontare la vita e le difficoltà professionali, in un mercato sempre più competitivo.

**"Vedere sempre nero"** è infatti, in generale, l'atteggiamento di coloro che non riescono a

trovare motivi o forza, per cambiare il proprio atteggiamento e che sono convinti del fatto che la loro vita dipenda solo dagli altri e/o dalle circostanze fortunate. ("Devi arrivare al momento giusto e con il prezzo giusto!")

Questo atteggiamento improntato al pessimismo è al centro di costanti ricerche di scienziati che si occupano delle neuroscienze e cercano di **comprendere le ragioni** per cui **l'essere umano** di ogni età non riesca a vivere, a volte, con un più **proficuo atteggiamento positivo**.

Recentemente in un articolo su studi fatti da eminenti scienziati canadesi sono state messe in evidenza le possibili cause per cui un essere umano è più propenso al pessimismo che all'ottimismo.

I ricercatori universitari hanno, quindi, ipotizzato che un particolare elemento genetico nel DNA, il **patrimonio genetico** di ognuno di noi, possa avere un **impatto significativo** sul modo con cui **vediamo e percepiamo la realtà attorno a noi**.

È stato eseguito un test su un campione di persone di ambo i sessi e di età compresa fra i 25 e 65 anni.

*“Per essere sano, benestante, felice  
ed avere successo in ogni e qualsiasi area  
della tua vita tu devi essere consapevole che devi pensare  
in modo buono, salutare e felice  
e con pensieri di successo ventiquattr’ore al giorno  
e cancellare tutti i pensieri negativi, distruttivi,  
di paura e infelicità.*

*Questi due tipi di pensiero non possono coesistere se  
vuoi partecipare all’abbondanza che circonda noi tutti”*

*Sidney Madwed*

Tutti i componenti del gruppo dovevano leggere una serie di parole comuni, dimostrando delle grandissime differenze interpretative e, soprattutto dal punto di vista emozionale, si sono riscontrate rappresentazioni diversificate sui medesimi significati.

Le persone hanno perciò letto parole come: amore, nascita, imprevisto, morte, sorpresa, ferita, successo, incidente, ecc.

L’esperimento terminava facendo descrivere a ogni singola persona, le parole appena lette, e con sorpresa è stato notato che alcuni del gruppo si orientavano più sui vocaboli con valenza positiva mentre altri solo sulle parole con valenza negativa.

Fu allora dedotto che alcune persone davano più peso alle parole con significato positivo mentre altre a parole con significato negativo.

Ulteriori ricerche di laboratorio fatte sui patrimoni genetici dei partecipanti al gruppo e il confronto con i risultati del test hanno portato a una sorprendente conclusione.

**I pessimisti presentavano nel proprio DNA una particolare variante genetica**, scientificamente denominata ADA2b associata con l’attività del neurotrasmettitore e ormone epinefrina.

La stessa variante genetica, ovviamente, non era presente nel patrimonio genetico degli ottimisti.

Quindi, a quale conclusione sono giunti i ricercatori? I ricercatori hanno descritto il risultato ottenuto definendo le persone portatrici del suddetto gene come se avessero un paio di **occhiali con lenti grigie** che li obbliga a vedere la **loro realtà in modo negativo**.

#### **ALLORA LA DOMANDA NASCE SPONTANEA**

...ma se si nasce con questo gene, e quindi si è pessimisti di natura, cosa si può fare per cambiare il proprio atteggiamento? Si è condannati per la vita? Non si diventerà mai dei venditori di successo?

Coloro, come il sottoscritto, che segue gli sviluppi delle neuroscienze sul funzionamento della mente, in un’ottica di maggiore comprensione del comportamento del venditore e del cliente



*“Il mondo appartiene agli energici e agli ottimisti” R.W. Emerson*

durante una trattativa di vendita, ha apprezzato gli studi del celebre professore Martin E.P.Seligman, docente di psicologia all'Università della Pennsylvania e fondatore della Psicologia positiva.

Seligman suggerisce, infatti, di **imparare l'ottimismo “rispettando alcune regole fondamentali”**.

La prima regola è ovviamente quella di stimare di più se stessi ed evitare di avere costanti pensieri negativi. Al contrario, viene consigliato di fare costanti esercizi personali per cogliere un fatto, un pensiero, una sensazione positiva capitati nella propria vita e/o nella propria giornata e tornare frequentemente ad essi. (“Ancoraggio”)

Per riuscire a sconfiggere il pessimismo, pericoloso sintomo di depressione e stress, bisogna altresì modificare il proprio stile di vita.

### **TEMPO ALLA VITA!**

Pianificare, perciò, nella propria giornata un tempo da dedicare a se stessi per una passeggiata, un tem-

po per praticare dello sport, un tempo per sorridere al prossimo ma, soprattutto, **un tempo per dare uno scopo**, un obiettivo **alla propria vita e alla propria attività di vendita**.

Questi e molti altri possono essere alcuni suggerimenti validi per vedere il mondo con maggior ottimismo. Le ricerche scientifiche hanno, infatti, dimostrato che il 67% delle persone facenti parte di un campione, seguendo questi suggerimenti sono riuscite a **superare il pessimismo** e a vedere la vita e la loro attività con **maggiore positività**.

In conclusione, vale la pena spendere due parole a difesa di coloro che vengono definiti *realisti*. Questi soggetti infatti, affrontano le situazioni della vita e della propria attività con una certa razionalità e con i piedi ben piantati a terra, ma non possono, per questa ragione, venir confusi con i pessimisti. L'importante infatti è che i pensieri positivi si trasformino in azioni concrete, e non rimangano ancorati a un approccio solo riflessivo.

Il consiglio quindi a tutti coloro che si occupano di vendita, è di esercitarsi il più possibile al fine di riuscire a calibrare, con sempre maggior facilità, il proprio atteggiamento, per affrontare la giornata e **l'attività di vendita con saggezza e buon senso**, ma soprattutto con ottimismo.

*“Prima di salutarvi vorrei tanto lasciarvi un messaggio positivo. Ma non ne ho. Vanno bene lo stesso due messaggi negativi?”*

*Woody Allen*



# Stile, Spirito conviviale e Sapori

Weber, molto più di un semplice barbecue ...

Un coperchio

Quattro metodi di cottura

Mille ricette

Un'infinita gamma di accessori ideati per rendere ancora più golosi i vostri piatti



Con Weber, l'alta cucina



si accomoda in giardino.

# Scorte nei magazzini *dei clienti*

**In questo articolo daremo qualche spunto di riflessione a proposito di gestione delle scorte nei magazzini dei propri clienti, e cercheremo rispondere a una domanda abbastanza frequente in questi casi: che differenza c'è tra Vendor Managed Inventory (VMI), e Co-Managed Inventory e Collaborative Planning Forecasting and Replenishment (CPFR)?**

Di Mauro Saggiorato

**A**bbiamo inserito tra il VMI e il CPFR, acronimi ormai di uso comune, la metodologia di gestione scorte chiamato Co-Managed Inventory perché spesso viene confuso con il VMI o con il CPFR.

Da ora in poi indicheremo con **Fornitore** la società che fornisce il servizio di VMI o Co-Managed Inventory o CPFR e con **Cliente** la società che riceve tale servizio.

Queste metodologie di gestione delle scorte si sono evolute negli anni per ridurre i costi logistici, aumentare il profitto e migliorare il livello di servizio ai clienti a beneficio di tutti gli attori.

La necessità di spingere oltre l'efficienza della gestione delle scorte lungo la catena logistica, ha incoraggiato molte società a collaborare e unire le proprie forze e competenze per raggiungere il consumatore finale in modo più efficiente. Definiamo **trading partners** due società che collaborano a tal fine. I **trading partners** possono essere, per esempio, un produttore e un distributore al dettaglio, un produttore e un altro produttore che utilizza i prodotti del primo, un grossista e un distributore al dettaglio, un grossista e un rivenditore e così via. In particolare nel settore della distribuzione di ferramenta i **trading partners** potrebbero nascere, tra:

- 1 **Un produttore di ferramenta e altri produttori** che utilizzano i prodotti del primo per produrre o a corredo dei propri.
- 2 **Un produttore di ferramenta e uno o più grossisti**
- 3 **Un produttore di ferramenta e uno o più punti vendita**
- 4 **Un grossista di ferramenta e uno o più rivenditori più piccoli** di ferramenta
- 5 **Un grossista di ferramenta e uno o più catene** di punti vendita (per esempio i Brico)

In pratica, **quando un bene per raggiungere il consumatore finale deve passare da due o più società diverse, nella catena logistica possono nascere opportunità per generare valore** per mezzo della collaborazione tra queste due società al fine di gestire le scorte in modo più efficiente rispetto a quello che ogni singola società potrebbe fare in modo autonomo. Ma cosa si cela, dietro queste sigle?

### VMI – VENDOR MANAGED INVENTORY

Il VMI (**letteralmente, l'inventario gestito dal venditore**) è una metodologia di gestione scorte della catena d'approvvigionamento in cui il **fornitore è responsabile dell'ottimizzazione delle proprie scorte a stock nel magazzino del cliente e del mantenimento del loro livello ottimale**. Il fornitore ha accesso ai dati inerenti alle scorte da gestire ed è responsabile della generazione degli ordini di approvvigionamento. **In pratica il fornitore genera gli ordini a sé stesso per conto del cliente.**

Per dovere di cronaca segnaliamo che esistono collaborazioni tra fornitore e cliente in cui il fornitore non è né responsabile del livello di scorta né della previsione della domanda e si limita semplicemente a rifornire il proprio cliente basandosi su un sottoscorta precedentemente concordato. In questo caso però non è appropriato parlare di VMI.

Con il VMI il fornitore riceve i dati (generalmente mediante EDI - Electronic Data Interchange o Internet) relativamente alla movimentazione di ogni singolo articolo che poi utilizzerà per generare gli ordini di approvvigionamento. La proprietà delle scorte rimane allo stesso attore come in precedenza al progetto VMI, a meno di accordi di gestione merce in "conto deposito".

I progetti di gestione delle scorte in modo collaborativo, tipo VMI o altri, possono contemplare o meno il **conto deposito di merci**, che può essere impiegato come leva per promuoverli. Nel caso in cui lo preveda, il fornitore consegna la merce nel magazzino del cliente e ne mantiene la proprietà. Il pagamento

da parte del cliente non avviene fino a quando l'articolo non è venduto o scaricato. Il conto deposito è uno strumento che offre notevoli vantaggi per i fornitori che finanziariamente possono sostenerlo. In sintesi:

- 1** **Aumenta la fidelizzazione** dei propri clienti.
- 2** **Aumenta in genere il livello di servizio** al cliente finale con aumento del fatturato.
- 3** **Aiuta a vincere le resistenze** dei propri clienti ad ampliare la propria gamma dei prodotti a stock con articoli nuovi.
- 4** **Facilita l'acquisizione di nuovi clienti** attratti da questa opportunità.
- 5** **Facilita la nascita di accordi di gestione** delle scorte in modo collaborativo che includono il conto deposito.

In quest'ultimo caso il conto deposito sarà previsto in un unico contratto di distribuzione che prevede la gestione delle scorte di tipo collaborativo e che indichi chiaramente i compiti e le responsabilità di entrambe le parti.

## Co-MANAGED INVENTORY

Il Co-Managed Inventory è un modello di business con il quale in genere i grandi rivenditori fanno formazione ai propri fornitori sull'uso del loro software di approvvigionamento, dando loro accesso al sistema e permettendogli di ottimizzare le scorte in assortimento di cui loro sono i fornitori. Ecco un esempio pratico nel campo della distribuzione di ferramenta: una catena di Brico con 20 punti vendita, ciascuno dei quali con un assortimento di 10.000 articoli a scorta. Per strutturare le scorte in modo efficiente questa catena deve quindi gestire 200.000 SKUs (**Stock Keeping Unit – ovvero codici identificativi degli articoli a magazzino**). Infatti, lo stesso item, per esempio la stessa maniglia ottone lucido quadro 7 mm, venduto in 20 punti vendita diversi, deve essere gestito in 20 modi diversi per una corretta ottimizzazione. Nel caso in esame quindi, l'ottimizzazione di un articolo richiede l'ottimizzazione di 20 SKUs. Supponiamo ora che la catena di Brico abbia in assortimento 100 articoli dello stesso fornitore e che tutti gli articoli siano in assortimento in tutti i punti vendita. Questo scenario è favorevole per la nascita di progetti di gestione delle scorte del tipo Co-Managed Inventory.

In questo caso è **il fornitore che ha tutto l'interesse di proporre progetti di questo tipo poiché la gestione dei 2.000 SKUs** a livello di punto vendita gli permette di:

# 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 Nísperos, 25 Naves 12-13  
28350 Ciempozuelos Madrid - España

Tel: +34 918274104 - Fax: +34 918094689  
nettuno@nettuno.es - www.nettuno.es

- 1 **Vedere il mercato dei propri articoli a livello retail**, cosa impossibile da ottenere se gli ordini di approvvigionamento sono generati dall'ufficio acquisti del Brico.
- 2 **Dedicare maggiore attenzione alla gestione dei propri articoli**, rispetto a quella che necessariamente dava loro il buyer del Brico dovendo gestire molti più articoli.
- 3 **Integrare le previsioni della domanda a livello di rivendita con i trend di mercato** di cui il fornitore ha maggior facilità previsionale. In questo modo, per esempio, si generano minori obsolescenze.
- 4 **Aumentare il livello di servizio al cliente finale** aumentando le vendite.
- 5 **Portare all'attenzione del management e buyer del Brico i risultati di una nuova gestione delle scorte a più alta profittabilità**, migliorando la cooperazione e la possibilità di ampliare la gamma dei propri prodotti commercializzati dal Brico a scapito di articoli concorrenti.

In genere il fornitore migliora le sue performance nel rispetto dei tempi di consegna essendo ora lui il responsabile della buona gestione degli articoli nei punti vendita. Inoltre il Brico ottiene il vantaggio di liberare risorse nel proprio ufficio acquisti da dedicare ad altre attività. Di contro è totalmente annullata la possibilità del Brico di fare acquisti speculativi su proposte spot del fornitore. Il Co-Managed Inventory è relativamente veloce da implementare ma si basa sulla disponibilità di un efficiente sistema di gestione scorte da parte del

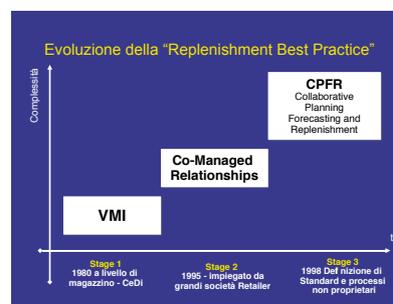
rivenditore, talmente efficiente da poter definire e misurare automaticamente opportuni **KPI (Key Performance Indicators – indicatori di produttività)**. Questi indicatori devono essere preventivamente concordati tra le parti e sono indispensabili per valutare il miglioramento delle performance.

## COLLABORATIVE PLANNING FORECASTING AND REPLENISHMENT - CPFR

Il CPFR (**letteralmente, pianificazione collaborativa, previsione e rifornimento**) è una filosofia e un set di processi che forniscono le fondamenta per l'integrazione della domanda del mercato e la catena d'approvvigionamento in un'ottica collaborativa tra società cooperanti. Il CPFR è nato nel 1995 mentre le sue linee guida sono state definite nel 1998 dalla Voluntary Inter-Industry Commerce Standards (VICS) Association, un consorzio a cui partecipano grandi produttori, distributori e società di servizi. Tra i principali obiettivi del CPFR è la previsione della domanda in modo accurato, ridurre i costi di esercizio e mantenere un alto livello di servizio. Tra tutti, è il più complesso e difficile da gestire. Pur essendo il CPFR un argomento affascinante, da persone molto pragmatiche e orientate a ottenere risultati concreti in breve tempo, proporre progetti CPFR per il mercato Italiano della distribuzione di ferramenta è ancora piuttosto prematuro. Ma le cose stanno cambiando. Infatti, se ancora agli inizi degli anni 2000 era evidente una certa difficoltà nella condivisione dei dati tra produttori e retailer, negli ultimi 1-2 anni l'attenzione e l'interesse nei confronti della condivisione della gestione delle scorte è progressivamente aumentata, tanto da far ben sperare sul futuro di progetti VMI e Co-Managed Inventory di successo anche nel nostro paese. Per richiedere approfondimenti sul tema della gestione delle scorte in modo collaborativo, da pubblicare in futuri articoli o fare domande, è possibile inviare una e-mail a [info@iferr.com](mailto:info@iferr.com).

## EVOLUZIONE DELLA SPECIE

Ecco l'evoluzione delle migliori metodologie negli ultimi decenni. Quella che era considerata la "best practice" 20-30 anni fa, non lo è più a livello mondiale. Se ci limitiamo al mercato italiano, possiamo pensare che l'evoluzione della gestione delle scorte in modo collaborativo avrà un andamento simile a quello degli Stati Uniti via via che aumenterà la consapevolezza che l'ottimizzazione della catena d'approvvigionamento comporta benefici economici per tutti.



# TECHNOMAX

al vostro fianco per garantirvi  
**SEMPRE PRODOTTI ESCLUSIVI**

LA SICUREZZA CHIEDE DI PIU'?

## unica®

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



\*Pat. Pending

Sicuri e ancora  
più Sicuri...  
con **EVO-LOCK**

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

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

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



## Professional Bank

La Sicurezza per Banche, Gioiellerie, Professionisti...

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



www.technomax.it

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





**Motori di ricerca che comparano i prezzi di prodotti e servizi online. Strumenti efficaci ed efficienti, sempre più utilizzati. Ma come funzionano?**

# Compa di pr



di Paolo Barracano *INTEMPRA*

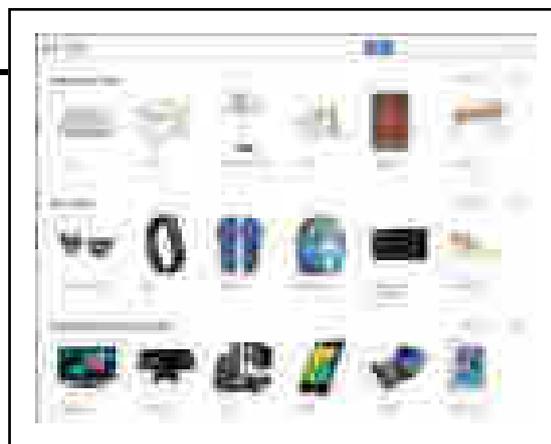
comparatori di prezzo sono dei siti web che funzionano da motore di ricerca dei prodotti in vendita su internet. **Rilevano, analizzano e classificano** le offerte di vendita di prodotti, principalmente rilevandone i dati dai siti di commercio elettronico

ad essi collegati, ma anche dai negozi su e-Bay o Amazon dai quali è possibile effettuare l'acquisto, e **riepilogano** l'elenco delle offerte **dalla più conveniente alla più costosa**.

Questi motori di ricerca e comparazione non vendono diretta-

mente il prodotto, pubblicizzano esclusivamente **il negozio online che lo rivende**: cliccando sull'offerta più convincente dell'articolo desiderato si viene reindirizzati sul sito di e-commerce del venditore, tramite il quale si può concludere l'acquisto. Questo tipo di siti generalmente

# paratori ezzo



trae guadagno funzionando con il modello **"Pay per click"**: il servizio addebita una "fee", un costo per click al rivenditore, solo quando il potenziale acquirente del prodotto ha cliccato su una offerta, il tutto sulla base di un budget prestabilito, come per esempio accade per Google adWords. È importante sottolineare che oltre alla pubblicizzazione del proprio prodotto,

proprio quando un cliente potenziale è interessato all'acquisto, il comparatore fornisce anche il livello di attendibilità del negozio online grazie ai feedback ricevuti sulle vendite, insieme alle eventuali opinioni degli altri acquirenti sul prodotto cercato, che aiutano il cliente a scegliere l'offerta più conveniente, proveniente dai rivenditori più affidabili.

## ALCUNI COMPARATORI TRA I PIÙ CONOSCIUTI SUL MERCATO ITALIANO

*Tra i comparatori di prezzo più conosciuti (a puro titolo di esempio e senza alcuna pretesa di esaustività)*

<b>Kelkoo</b>	<a href="http://www.kelkoo.it">www.kelkoo.it</a>
<b>Trovaprezzi</b>	<a href="http://www.trovaprezzi.it">www.trovaprezzi.it</a>
<b>Ciao.it</b>	<a href="http://www.ciao.it">www.ciao.it</a>
<b>Google Shopping</b>	<a href="http://www.google.it/shopping">www.google.it/shopping</a>
<b>Twenga</b>	<a href="http://www.twenga.it">www.twenga.it</a>

## PERCHÈ UTILIZZARLI

Essere presenti su un motore di comparazione prezzi significa **essere immediatamente visibili ai potenziali clienti** che hanno intenzione di acquistare un prodotto, a patto però che la propria offerta risulti essere almeno in linea con i prezzi offerti dai concorrenti.

Per pubblicare i propri prodotti su un comparatore basta registrare la propria azienda o il proprio sito web, creando un nuovo account sul portale del comparatore scelto, ed inserendo o importando un file di foglio elettronico contenente l'elenco dei prodotti che si vuole inserire nel motore di ricerca. La maggior parte dei moderni siti di commercio elettronico è dotata di una utilità di estrazione dei dati del proprio catalogo prodotti che poi possono essere importati dai vari comparatori per la proposta ai loro utenti.

Se il proprio sito di e-commerce non è in grado di estrarre queste informazioni, è possibile realizzare una tabella su un foglio elettronico con i dati del prodotto indispensabili per una adeguata presentazione (codice – nome prodotto – descrizione – link all'immagine – prezzo – link alla pagina di dettaglio del sito di e-commerce - etc.). Ogni comparatore può avere un proprio formato di riferimento da seguire, anche se non troppo differente dagli altri. **Maggiori sono le informazioni** che si forniscono, **migliore sarà il risultato** nel convincere il cliente potenziale a cliccare sulla propria offerta.

Ovviamente pubblicizzare un prodotto con un prezzo troppo alto, rispetto ai concorrenti presenti nella comparazione, può compromettere l'immagine stessa dell'intero negozio nei confronti del potenziale cliente, per cui bisogna prima effettuare una verifica di quali prodotti conviene pubblicare, per assicurarsi di essere elencati per primi.

Il vantaggio principale derivante dall'uso dei comparatori è **l'acquisizione di nuovi clienti** che ci identificheranno immediatamente come negozio conveniente, da consultare per i prossimi acquisti di quella tipologia di prodotto. Inoltre, se il nostro sito web ha un buon sistema di promozione di offerte e suggerimento di prodotti da acquistare, riuscirà probabilmente a promuovere l'acquisto anche di qualche altro prodotto in aggiunta al prodotto desiderato.

Nei casi in cui si possa offrire il prodotto ad un



prezzo ragionevolmente conveniente in modo continuativo, il **comparatore diventa** un canale primario per la **promozione delle vendite** del prodotto stesso, in quanto è uno strumento sempre più utilizzato da quella fascia di clienti già pratica degli acquisti online, che rappresenta il target ideale alla quale si rivolge un sito di e-commerce.

A causa dell'alto tasso di competitività tipico della vendita online, **collegare il proprio catalogo prodotti** a più siti di comparazione di prezzo è **una pratica sempre più consigliata**, che bisogna necessariamente prendere in considerazione sia quando si è alla ricerca di nuovi potenziali clienti, sia per essere presenti con il proprio marchio/insegna nel momento in cui nasce la domanda. Mai dimenticare infine che la propria assenza su determinati canali di vendita significa praticamente lasciare spazio e regalare vendite ai propri concorrenti.

## I VANTAGGI

### Per chi acquista

- Comparazione delle offerte dei negozi online che vendono il prodotto ricercato
- Verifica dell'attendibilità del venditore
- Risparmio di tempo e consapevolezza del miglior acquisto realizzabile in rete

### Per chi vende

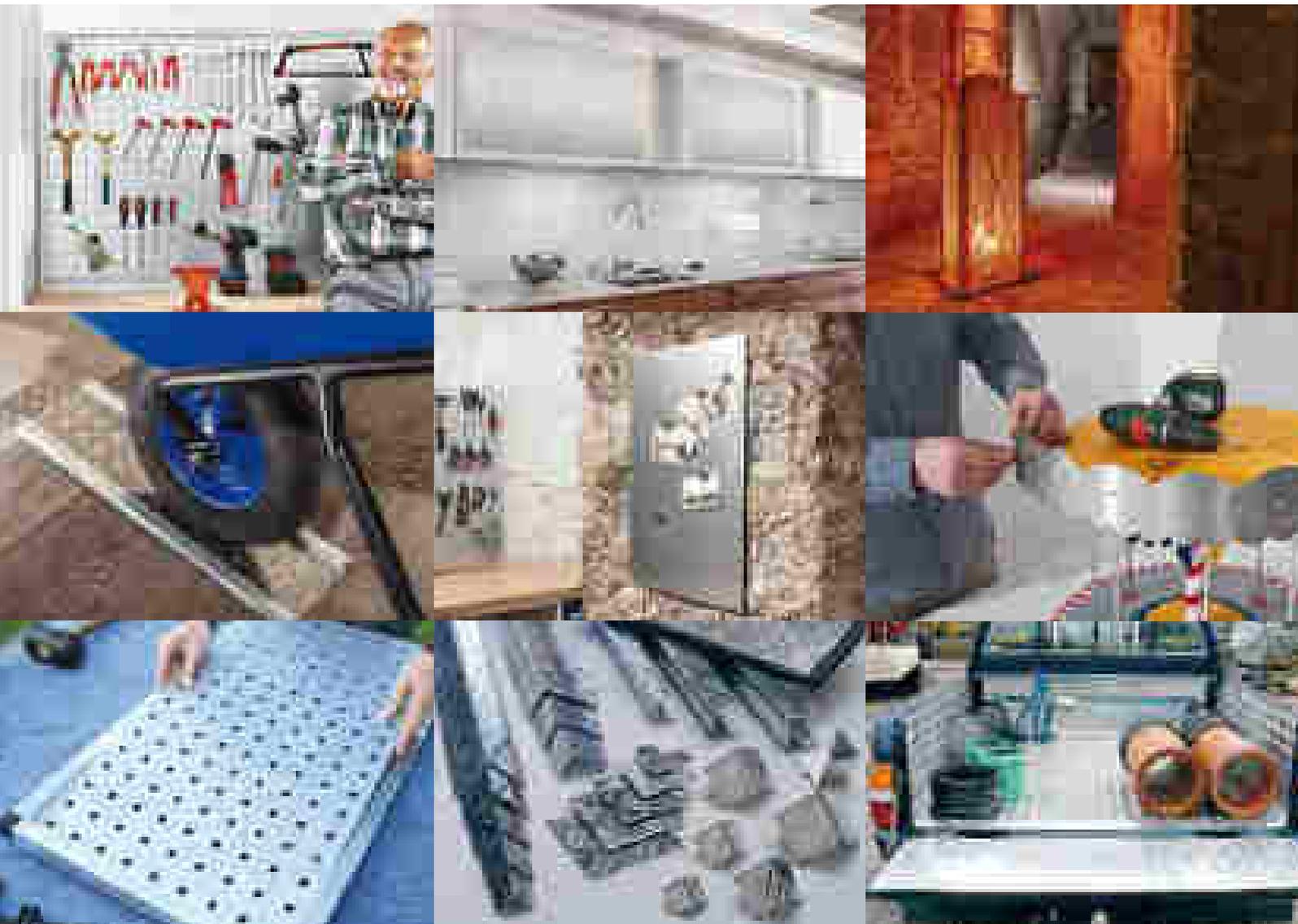
- Acquisizione di nuovi clienti e di traffico altamente qualificato di potenziali
- Canale preferenziale per la promozione delle vendite dei propri prodotti su clientela pronta all'acquisto
- Elevata visibilità e posizionamento del proprio brand tra i leader del mercato

# Sistema **combitech**<sup>®</sup> · lamiere e accessori

## Lamiere striate, strutturate, forate e griglie: lamiere per gli impieghi più svarati

La vastissima scelta di lamiere disponibili garantisce di reperire il prodotto giusto per ogni impiego. Le lamiere **alfer**<sup>®</sup> sono proposte in differenti spessori e realizzate nei materiali più diversi. Sono reperibili infatti modelli con superfici di tipi diversi, dalle varianti più pratiche a quelle più decorative: lamiere striate,

lamiere strutturate, perforate e griglie, ma anche superfici nobili lavorate come legno o materiale effetto pietra, realizzate con un processo ultra avanzato che le rende più resistenti ai raggi UV, all'acqua e ai graffi, di quanto possano essere i prodotti con rivestimenti più tradizionali.



# Il tocco giusto che cambia il gusto

Abbacchiatore al litio



**Makita**  
Garden

Si ringrazia l'azienda agricola Leonardo di Sale Marasino (Bs) amante dell'olio extra vergine d'oliva biologico e del giardinaggio



**Delicato con i rami, forte nel suo lavoro**

Massimo comfort di utilizzo

Batteria dal peso contenuto

Asta telescopica estensibile in alluminio

Astine in carbonio



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



**maestri**<sup>®</sup>



*dal 1919*

**maestri** *nei sistemi di fissaggio*

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

# *Top di gamma in dettaglio!*

## **N.B.: OCCHIO ALLE DEFINIZIONI!**

Non bisogna dimenticare che, le casseforti da chi se ne intende davvero, dal punto di vista tecnico e prestazionale, vengono suddivise in tre grandi famiglie:

**MEZZI FORTI, o PROFESSIONALI.** Sono quelle che utilizzano banche, uffici postali, grandi gioiellerie, enti pubblici e così via.

**CASSEFORTI SEMIPROFESSIONALI E SEMIPROFESSIONALI AD USO DOMESTICO.** Hanno caratteristiche tecniche vicine (per alcuni aspetti, si intende!) a quelle professionali, ma dimensioni decisamente più ridotte. I loro utilizzatori abituali sono: gli studi professionali, alcune tipologie di uffici commerciali, e gli utenti privati con particolari esigenze o volontà di tutela.

**CASSEFORTI DOMESTICHE.** Sono quelle più diffuse nelle case degli italiani. E a loro volta possono essere ripartite in due ulteriori grandi macro categorie: le **casseforti domestiche top di gamma**, e le **casseforti domestiche di prezzo**. Le prime, rispondono a caratteristiche tecniche spesso davvero assai vicine a quelle dei prodotti semiprofessionali; le seconde invece sono destinate a un pubblico che vuole un minimo di tutela, ma senza ulteriori particolari necessità.



**La questione sicurezza è sempre e comunque in primo piano. Non solo dal punto di vista commerciale, ma anche strategico e strutturale, per la filiera lunga della ferramenta. Sì, perché di fatto rappresenta una delle più interessanti aree di sviluppo commerciale, per il nostro dettaglio tradizionale.**



**A**ttenzione, abbiamo detto sviluppo commerciale e non specializzazione, a ragion veduta.

Infatti un rivenditore di ferramenta, per specializzarsi davvero e seriamente in materia di sicurezza, dovrebbe compiere scelte decisive se non addirittura drastiche, a proposito di assortimenti gamme esposizioni ser-

vizi formazione e molto altro ancora. Viceversa, per sviluppare il punto vendita e farlo diventare riferimento competente, nella risoluzione delle questioni più ordinarie e diffuse, in materia di sicurezza, la faccenda assume un aspetto decisamente meno complicato. Allora torniamo al nocciolo della questione: come mi creo la giusta competenza in sicurezza? Prima di tutto, imparando a conoscere i prodotti e le loro peculiarità più significative. Ecco perché nello scorso numero di iFerr Magazine vi abbiamo raccontato della *questione bulgara*, mentre ora vogliamo cercare di fare chiarezza a proposito di casseforti.

## INTERVISTA



**Igor Landuzzi,**  
serraturiere specialista

## La parola agli esperti



**Igor Landuzzi è un serraturiere specialista di Bologna**, socio Ersi e punto di riferimento tecnico a proposito di casseforti. Ha una grande esperienza in materia, e una visione decisamente lucida della questione, anche in relazione alla filiera distributiva.

**I.L.:** Oggi le casseforti di tipo domestico che si vendono in grande distribuzione specializzata, non sono mica più solo quelle di prezzo! Nei centri fai da te spesso si trovano anche almeno una o due soluzioni top di gamma. Oggi la situazione è complessa sotto tutti i punti di vista. Capita addirittura che gli utenti vengano in negozio da me, si informino per benino dal punto di vista tecnico, e poi vadano a ef-

fettuare l'acquisto dove spendono meno, o addirittura lo perfezionino online.

**iFerr: Quindi la concorrenza è sempre più agguerrita e al ferramenta tradizionale sarebbe meglio consigliare di lasciar perdere?**

**I.L.:** Perché lasciar perdere? Non ho mica detto questo, anzi! Si tratta invece di creare i presupposti per rispondere alle attese degli utenti, cosa difficile da strutturare per un tipico centro fai da te, e impossibile da pretendere se si acquista online.

**iFerr: A quali aspettative fa riferimento?**

**I.L.:** Innanzitutto a un puntuale servizio post vendita, determinante per questioni pratiche, in caso di

Anche questa volta, ad aiutarci nella nostra disamina, i tecnici esperti di Ersi.

### UN FATTO, È CERTO!

Per analizzare le potenzialità di un reparto casseforti in una ferramenta qualificata in sicurezza, è necessario prima di tutto fotografare l'attuale stato del mercato. Oggi questi oggetti sono appannaggio di: specialisti (i soci di Ersi, per intenderci), alcuni rivenditori di ferramenta, un certo numero di rivendite edili, e tutte le insegne di grande distribuzione specializzata in fai da te. Una bella concorrenza, insomma, che va affrontata con tanta competenza commerciale.

Innanzitutto fotografiamo lo stato dell'arte, di tutti questi canali distributivi.

**Chi acquista una cassaforte da uno specialista in sicurezza, è media-**

**mente un consumatore molto esigente.** Si tratta di un professionista (gioielliere, avvocato, notaio e così via) o di un privato con elevate aspettative di tutela. Al momento dell'acquisto non fa partire le sue valutazioni da considerazioni di prezzo, perché evidentemente i beni che vuole proteggere meritano e il più delle volte necessitano, di investimenti adeguati. Lui lo sa bene, e si rivolge a un rivenditore specializzato capace di rispondere a tutte le sue necessità pre e post vendita, e al quale chiede soluzioni moderne, professionali o semi professionali, ma sempre e comunque al top dell'offerta commerciale.

**In rivendita edile invece vanno principalmente le imprese di costruzione,** che acquistano le casseforti come interessanti accessori di cui dotare gli immobili da rivendere, oppure che ne hanno bisogno per

guasto o di smarrimento delle chiavi o della combinazione, ma anche per motivi psicologici di approccio più sereno alla questione. Per molti utenti infatti il pensiero è: ma se poi ho un problema con la cassaforte, e mi si bloccano lì dentro le chiavi di scorta dell'auto, dovrò mica smurare tutto, vero?

**iFerr: Quindi oggi di fatto la differenza la fa il servizio?**

**I.L.:** Certamente è uno degli elementi cardine. Il messaggio da lanciare dovrebbe essere: *Tu utente compra pura da me, che del tuo acquisto mi occuperò io, per tutto il suo ciclo di vita!* Bisogna però essere consapevoli di una cosa: per garantire un corretto post vendita, è necessario conoscere i prodotti anche dal punto di vista

tecnico, e essere certi di poterne reperire i pezzi di ricambio, anche dopo molti anni.

**iFerr: Come deve procedere allora un rivenditore per non deludere i suoi clienti?**

**I.L.:** Scegliere un fornitore storico, sul mercato da molto tempo e capace di garantire continuità anche nel medio e lungo periodo, per avere la certezza della reperibilità dei pezzi di ricambio; farsi aiutare nella selezione di alcune referenze, non tante ma abbastanza da dare una risposta esaustiva a tutte le principali aspettative dei potenziali clienti di una ferramenta; e poi studiare a fondo i prodotti, le loro caratteristiche e peculiarità, così da essere in grado di intervenire tempestivamente e bene, in caso di guasto o problema tecnico.

## IN REPARTO

Cosa considerare quando si vuole allestire un reparto casseforti domestiche top di gamma, in ferramenta tradizionale.

- **Serrature** (meccaniche o elettroniche) di ultima generazione, per garantire un'ottima resistenza alla manipolazione con destrezza.
- **Sportello** antitaglio o rinforzato con lamiere di manganese: e che sia ben chiaro cosa si intende, per antitaglio!
- **Battuta** antisfondamento, ovvero conformata in modo tale da rendere davvero difficoltoso lo sfondamento. Anche qui: importante chiedere sempre eventuali certificazioni e dettagli tecnici.
- **Cilindro** europeo: occhio alla protezione!
- **Serratura elettronica:** meglio se è integrata (scheda e motore, se motorizzata) e non attaccata al portello, così da renderla meno vulnerabile.
- **Spessore** del portello minimo di 8-10 mm

Per le casseforti elettroniche, una questione va sempre considerata: quella delle batterie. Che non solo si esauriscono, ma oltretutto se lasciate invecchiare troppo a lungo, rischiano l'ossidazione e danni irreparabili all'intera elettronica.

**Perciò il consiglio degli esperti è:**

**Avvisate i vostri clienti,** e suggerite loro di sostituire le pile della cassaforte elettronica, ogni due anni. Questo a prescindere dal loro effettivo stato di carica!

**Giovanni Zanella invece opera nel Veneto.**

**Anche lui è un esperto in sicurezza socio Ersi,** e punto di riferimento indiscusso, nella sua area di competenza. Per questo abbiamo voluto parlare anche con lui, di casseforti e distribuzione in ferramenta.

**iFerr: Ma anche in Veneto la grande distribuzione specializzata ha imparato a completare gli assortimenti di casseforti con alcune referenze top di gamma?**

**G.Z.:** Sì, certo che sì. Anche qua da noi oggi quello delle casseforti è un business che va affrontato con estrema attenzione. Anche perché per quanto mi riguarda sfugge un po' dalle logiche più tipiche e prevedibili.

## TRE TAPPE FONDAMENTALI

Come dovrebbe procedere un rivenditore al dettaglio di ferramenta che volesse divenire buon punto di riferimento nella vendita di casseforti ad uso domestico?

Ve lo diciamo noi!

# 1

Deve selezionare un fornitore storico, di quelli presenti sul mercato da molto tempo e capace di garantire continuità anche nel medio e lungo periodo. Questo per essere certo di non restare mai senza pezzi di ricambio, per i suoi interventi di assistenza.

# 2

Deve farsi aiutare dal suo fornitore nella selezione delle referenze che costituiscono il suo assortimento. Perché è necessario che abbia nel punto vendita non tanti prodotti, ma tutti quelli utili a dare una risposta esaustiva a tutte le principali aspettative dei potenziali clienti del suo punto vendita.

# 3

Deve studiare a fondo i prodotti, le loro caratteristiche e peculiarità, dedicare tempo alla sua formazione, così da essere in grado di intervenire tempestivamente e bene, in caso di guasto o problema tecnico.

realizzare camere in alberghi e strutture ricettive: perciò non hanno particolari esigenze tecniche e funzionali, ma prediligono soluzioni accattivanti dal punto di vista commerciale, semplici da installare e utilizzare, meglio se a prezzo promozionale.

**La questione grande distribuzione del fai da te negli ultimi anni si è fatta più complessa.** Nei centri brico di ieri si trovavano essenzialmente soluzioni di primo prezzo, in fatto di casseforti. In quelli di oggi invece, la proposta si articola partendo certamente dalle soluzioni più economiche, ma articolandosi quasi sempre fino a comprendere almeno una referenza tra le migliori proposte del mercato in materia di soluzioni domestiche. E gli utenti che si ri-

volgono a questo canale distributivo non sono più solamente quelli con minor potere d'acquisto o minori aspettative.

### **Cosa resta, quindi, al dettaglio tradizionale?**

Resta di fatto una bella fetta di mercato: quella dei consumatori privati, che desiderano una cassaforte domestica top di gamma, e al contempo vogliono anche poter contare sul supporto pre e post vendita di un rivenditore qualificato. Oggi come oggi questa è la porzione di mercato più interessante, per volumi e fatturati. Ecco perché crediamo sia importante, per un rivenditore al dettaglio di ferramenta, essere guidato da dei veri esperti, nella definizione di un corretto reparto di casseforti di tipo domestico.

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

**G.Z.:** Mediamente si vendono più casseforti in estate, e fin qui nulla di strano; ma in assoluto questo mercato risponde a logiche di grandi ondate commerciali. Periodi di vendite in costante crescita, si alternano ad altrettanti periodi di silenzio assoluto. Tutto questo senza apparente motivo.

### **iFerr: Motivo in più per non dedicare loro investimenti e spazi, da parte di un dettagliante tradizionale?**

**G.Z.:** Invece un motivo in più per creare un reparto intelligente, capace di catturare l'attenzione del consumatore e di migliorare le credenziali del punto vendita. Guardi che il ferramenta qualificato per l'utente è un po' come il farmacista: ispira più fiducia, se ha tutto quello che potrebbe servire, anche quando non serve!

### **iFerr: Certo però che con tanta concorrenza, non ha vita facile!**

**G.Z.:** Nessuno di noi ha vita facile. Però ci pensi: una cassaforte una volta murata non si sposta più. Deve durare davvero tanto, nel tempo, senza perdere la sua capacità di protezione. Ora, un rivenditore capace di trasferire questo, nei prodotti che espone e che ha in assortimento, non è un rivenditore di cui lei si fiderebbe volentieri, anche per tutto il resto?

### **iFerr: Quindi sta dicendo che gestire bene un reparto di casseforti domestiche per un ferramenta tradizionale ma qualificato, può trasformarsi in un ottimo volano di comunicazione e promozione?**

**G.Z.:** Io credo proprio che sia così. Questo in assoluto, ma a maggior ragione se strutturano attività collaterali. Ad esempio, pensi

a una promozione commerciale di questo: aggiungi sicurezza alla tua casa! Hai una cassaforte domestica ormai obsoleta? Acquistane un'altra, moderna e magari più grande. Noi ti aiutiamo a sceglierla, ti garantiamo la sua assistenza tecnica per cinque anni e tu raddoppi in sicurezza!

### **iFerr: Un'idea interessante, in effetti.**

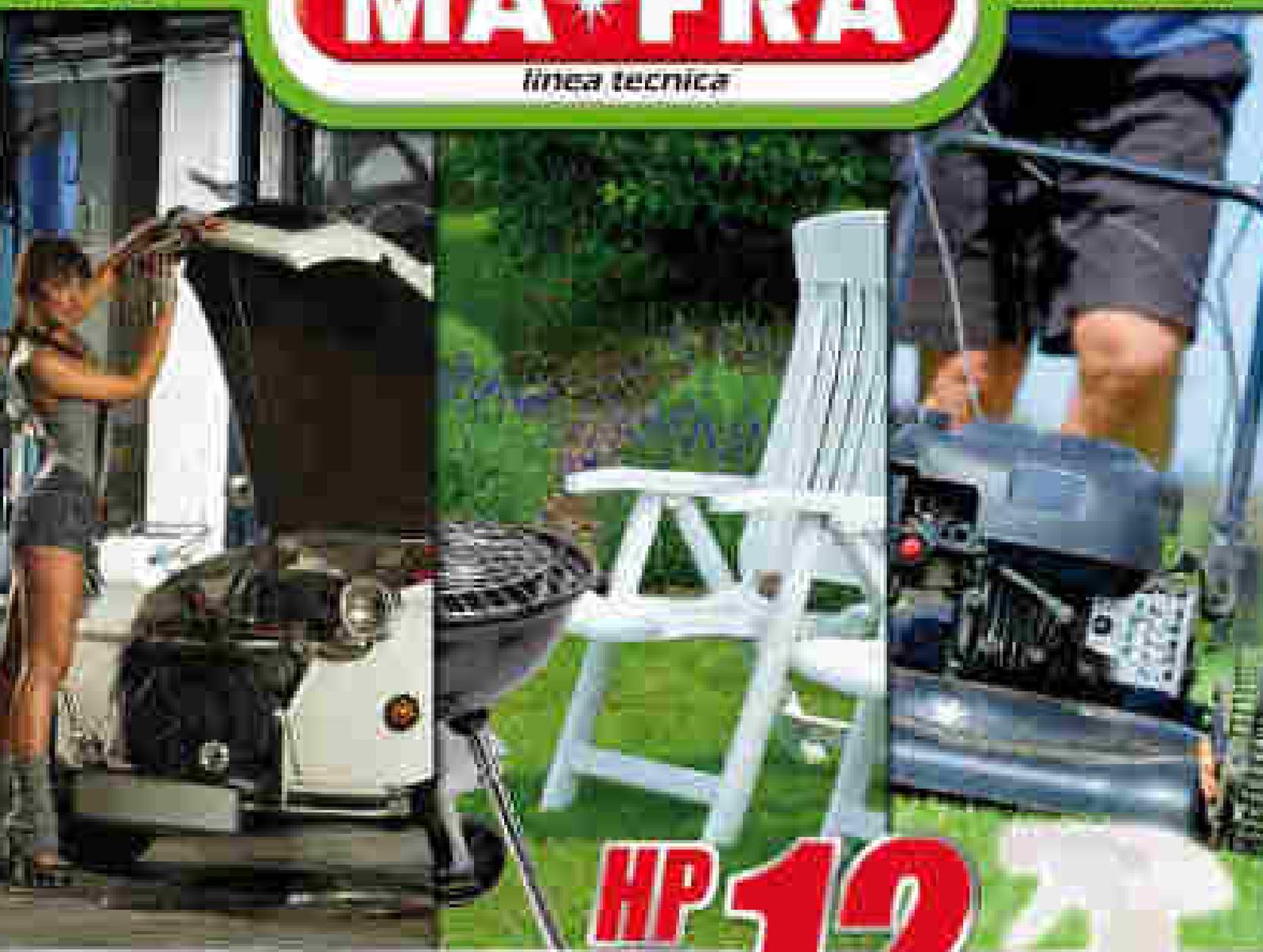
**G.Z.:** Certo, perché la cassaforte, come tutti i prodotti, ha un suo ciclo di vita. Dopo di che, le garanzie di sicurezza che può dare, si riducono progressivamente. Ma nessuno pensa alla sua sostituzione, perché la maggior parte delle casseforti di tipo domestico, è murata. E a nessuno piace l'idea di smurarla... ecco allora che pensare a soluzioni alternative può dare una risposta efficace alle aspettative dei clienti. Questo però funziona solo se l'utente si fida del suo rivenditore!

Milano  
Since 1985

**MA FRA**

linea tecnica

www.mafra.com



**HP 12**

**SGRASSATORE MULTIUSO  
FORMULA PROFESSIONALE**

**POTENTE, SICURO, EFFICACE SU OGNI SUPERFICIE**

**Green Power**



**PRODOTTI USATI NELLE OFFICINE SPECIALIZZATE**



Linea Diretta Tel. 02 3569981 - info@mafra.it

IN VENDITA SU

www.mafra.com

# http o https ?



**Con i due protocolli succede che si generi una certa confusione, che talvolta non si trovino i siti, e che tanta fatica nell'indicizzazione della propria presenza online, possa essere in parte vanificata. Ed è successo che, nelle nostre analisi dei siti dei grossisti, questo inciampo della rete, abbia creato un certo malcontento. Ecco perché abbiamo sentito la necessità di fare un po' di chiarezza.**

Il protocollo **http** è quell'insieme di regole alla base dello scambio di dati su internet, che consente al computer di un utente di collegarsi al server dove è presente un sito internet e visionarne le pagine.

Il protocollo **https** fa la stessa cosa, con l'aggiunta di crittografare il traffico che avviene fra il server e il computer dell'utente, per renderlo più sicuro e garantire l'autenticità dell'identità ad ambedue le parti.

I più comuni browser, ossia i software che consentono ad un utente di navigare su internet come Microsoft Internet Explorer, MozillaFirefox, Google Chrome, Safari, etc. normalmente navigano utilizzando il primo (http), in quanto non vi sono generalmente necessità di proteggere le comunicazioni. L'uso del protocollo **https** invece viene utilizzato da sempre più **siti che trattano dati sensibili degli utenti** o devono gestire pagamenti e transazioni finanziarie. In questi casi, e cioè quando un sito è do-

## GLOSSARIO

**L'HTTP** - HyperText Transfer Protocol - è un protocollo, ossia un insieme di regole, utilizzato per trasferire pagine ipertestuali nel mondo del World Wide Web. Tutto il traffico HTTP avviene, sia in ricezione che in trasmissione, mediante il protocollo TCP/IP - Transmission Control Protocol/Internet Protocol - sulla porta 80 del computer.

**L'HTTPS** - HyperText Transfer Protocol over SSL - è una variante dell'HTTP che impiega, oltre al protocollo TCP/IP, il livello **SSL** - Secure Sockets Layer - che si occupa della crittografia e dell'autenticazione dei dati trasmessi. Il compito dell'SSL è criptare i dati in entrata e in uscita attraverso un algoritmo matematico rendendoli praticamente indecifrabili. Tutto il traffico HTTPS avviene sulla porta 443 del computer.

tato di un certificato di sicurezza rilasciato da un ente accreditato, il browser riconosce che il sito è dotato di un certificato di sicurezza valido ed abilita la connessione sicura e crittografata di tipo https. Ciò avviene per le **banche, per i pagamenti con la carta di credito**, e da un bel po' di tempo a questa parte con Google, Facebook, eBay o Amazon.com, che gestendo i dati sensibili e di pagamento degli utenti, tutelano questi ultimi con il protocollo di sicurezza.

Quando il browser segnala problemi sulla connessione https significa che il processo di riconoscimento fra il client e il server non è avvenuto correttamente, e cioè che il sito chiamato con il protocollo https non ha un certificato digitale SSL attendibile, o è del tutto mancante.

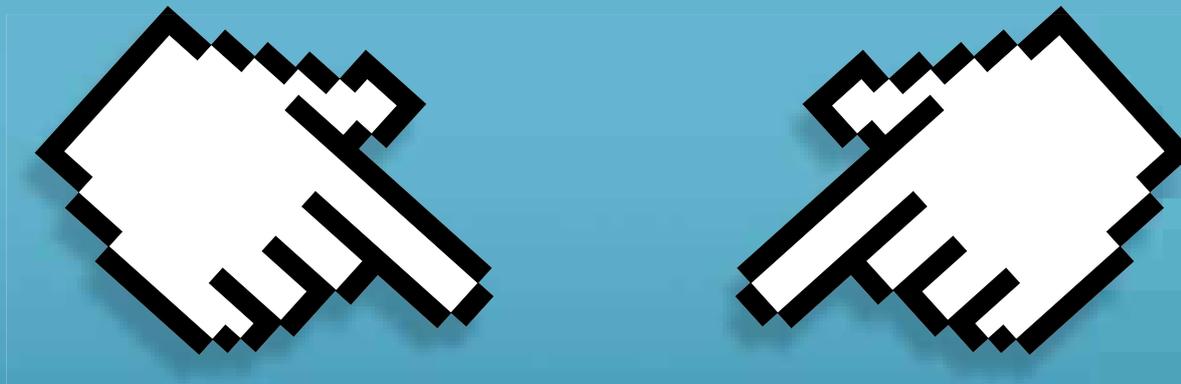
Poiché non è assolutamente obbligatorio o necessario avere un sito con un protocollo di sicurezza di tipo https, se un browser tenta di visualizzare un sito internet con questo protocollo riceve una segnalazione di errore di mancata visualizzazione della pagina di tipo generico (tempo scaduto, pagina non trovata, etc.).

Se però il server sul quale è ospitato il sito web ha attivo il protocollo di navigazione https, allora è necessario che sia adeguatamente configurato e che contenga il certificato SSL valido, altrimenti il browser interpreta l'errore come un pericolo per l'utente e segnala il dominio come pericoloso o non attendibile, sconsigliando l'utente a proseguire la navigazione.

## IN SINTESI

I protocolli HTTP e HTTPS sono utilizzati per la navigazione in rete con i più comuni browser (Internet Explorer, MozillaFirefox, Google Chrome, ...) ma, mentre con il primo tutte le comunicazioni avvengono "in chiaro", con il secondo si crea un canale di comunicazione criptato che garantisce l'identità delle parti e la riservatezza dei dati scambiati tra Client e Server.

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



## No? allora sappiate che:



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



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



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



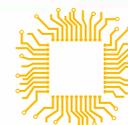
Se siete già arrivati a questo punto perchè non avete tempo di leggere tutto, allora chiamateci, sappiamo già cosa vi serve.

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

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



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



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

innovazione tecnologica per l'impresa

Milano 02 565.67.982 - Bari 080 558.95.65  
[ferramenta@intempra.com](mailto:ferramenta@intempra.com)

# Migliorare, *si può!*

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

## Legenda

**Q**uesta 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](mailto: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.rodeshini.it*

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

Valutazione Generale: @@@@



**R**odeschini, anzi, Figli di Pietro Rodeschini Spa, distribuisce all'ingrosso anche articoli di ferramenta. Il suo punto di forza consiste nel proporre migliaia di articoli che possono essere venduti in una ferramenta. Un vero paradiso di alternative per i punti vendita che si rivolgono all'utenza privata. All'apertura il sito accoglie il navigatore con una grafica ed un'impostazione antica e qui le speranze vanno tutte verso una funzionalità che sorprenda. Si deve

scegliere se proseguire la navigazione in Rodeschini Ingrosso oppure in Rodeschini Energia, originale iniziativa, unica nel nostro settore. Optiamo per l'ingrosso per scoprire le quattro ramificazioni offerte: Ferramenta, Giardinaggio, Casalinghi, Ristorazione e Giocattoli. Ci apprestiamo con entusiasmo e curiosità a visionare migliaia di articoli. Tentiamo l'esplorazione delle sezioni Profilo, Distribuzione, Assortimento, e poi ancora delle sezioni Ferramenta, Casalinghi e Arredo Giardino,

ma non accade nulla; nulla che ci possa far pensare alla volontà di effettuare vendite online. Il sito sembra finalizzato unicamente alla presentazione aziendale e pare non preveda la possibilità di visualizzare alcun articolo. Che peccato! Rodeschini ha la grande possibilità di migliorare il proprio sito web ....senza alcuna difficoltà.



# http://www.cascino.it

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

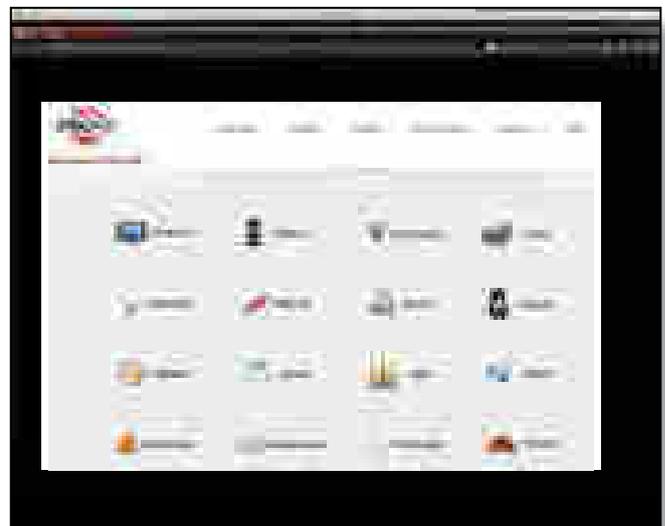
Valutazione Generale: @@@@



**C**ascino si occupa di ferramenta dal 1945 e come grossista serve Sicilia e Calabria all'interno del Gruppo Axel.

In home-page si ha la sensazione di avere a che fare con una grande ed importante organizzazione, anche per la presenza del marchio Expert per il settore elettrodomestici ed elettronica. La sezione dedicata ai due showroom presenta immagini molto belle che accendono il desiderio di recarvisi quanto prima. Proseguiamo nella sezione Ingrosso e qui incontriamo

i primi dispiaceri. Un'accattivante immagine del nuovo (new) catalogo/listino 2014 invita a cliccarci su, ma la navigazione nelle varie sotto-sezioni è interdetta. Ci consoliamo con il download del catalogo Axel, del giornalino Ferramenta & C. e del catalogo piscine (...a settembre?) tutti in pdf. Vorremmo convincerci che dietro il login "Area riservata" vi possa essere il tanto agognato spazio di vendita on-line, ma a quanto pare non è così; ce lo dice lo spazio "perché registrarsi" che spiega che, loggandosi, si accede ad un listino prezzi, alle proprie consegne, ed ai bar-code. E la vendita?



# In forma *con l'outdoor*

**Le vacanze sono ormai un lontano ricordo ma spesso rimane qualche chilo di troppo a ricordarci quei piacevoli momenti. E' ora di smaltirli con un po' di attività all'aperto. Ecco qualche strumento che vi aiuterà a monitorare i vostri progressi e ad immortalare le vostre imprese...**

L'attività fisica all'aperto è sempre una buona occasione per conciliare un po' di movimento alla gioia di condividerlo con gli altri.

La stagione autunnale permette ancora lunghe passeggiate, corse in bicicletta o piacevoli scalate in montagna. Approfittate, dunque, di questi momenti per attrezzarvi e sfidare i vostri limiti. Il miglior modo di mettersi alla prova e registrare i propri progressi è quello di dotarsi di strumenti tecnologici in grado di "seguirvi" passo dopo passo e di monitorare la vostra attività.

Esistono, inoltre, device leggeri e ultramoderni, che possono immortalare le vostre imprese in qualsiasi situazione, anche nelle più estreme. Con poche e semplici mosse potrete registrare tutte le vostre attività sportive e condividerle con gli amici.

Ecco alcuni di questi dispositivi che si distinguono per innovazione, design e multifunzionalità.



## **IBIKE GPS+**

iBike GPS+ è un vero e proprio computer da bici che fornisce mappe dettagliate, ma può anche monitorare la pendenza, la velocità e le distanze da percorrere e quelle percorse. Inoltre, calcola il tempo impiegato, i sentieri da percorrere e fornisce tutte le informazioni di cui un ciclista ha bisogno. Inoltre protegge il telefono da cadute, urti violenti e condizioni atmosferiche sfavorevoli come la pioggia. E' dotato di sensori ANT+ di precisione che forniscono una serie di informazioni utili all'atleta.



## Getac T800

Sottile e leggero, questo tablet ha una grandezza del display pari a 8,1 pollici e un sistema operativo Windows. E' stato progettato appositamente per coloro che hanno l'esigenza di operare all'aperto. Vanta una tecnologia wireless di ultima generazione e del sistema unico di componenti aggiuntivi SnapBack. E' uno strumento che garantisce potenza, affidabilità, prestazioni e comodità di un dispositivo consumer di alta qualità, la perfetta combinazione di un tablet rugged compatto pur non sacrificando le dimensioni dello schermo.



## Sony HDR-AS100

Pensata per tutti gli amanti degli sport adrenalinici, Ecco una action cam dal design estremamente compatto e accattivante, ideale per le riprese delle attività sportive più estreme. Di piccole dimensioni, perfette per accompagnarti in ogni avventura, ha un corpo macchina che resiste agli schizzi, senza l'impiego di una custodia. E' quindi la cam ideale da montare su una bicicletta o su una moto per registrare in presa diretta.





#### Misfit Shine

Misfit Shine è il compagno ideale delle tue imprese sportive, infatti impostando i tuoi parametri relativi ad età, peso e altezza e gli obiettivi, misura il livello di attività e il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Si tratta di un piccolo dischetto metallico delle dimensioni di un quadrante d'orologio, capace di svolgere tutte le classiche funzioni di tracker. Ha un'autonomia illimitata, caratteristica straordinaria per un device, grazie alla sua batteria al Litio non ricaricabile presente all'interno che garantisce una durata di sei mesi. Per comodità può essere indossato con il suo Shine, un piccolo activity tracker da portare sempre con sé sia al polso che al collo e in tanti altri modi. In poche decine di grammi, facili da mimetizzarsi tra gli accessori di tutti i giorni, con scocca impermeabile è racchiusa una grande tecnologia in grado di supportarvi nell'attività fisica quotidiana.

#### OPTRIX XD

Optrix XD è una case che fa diventare lo smartphone una action sport camera perfetta per realizzare foto e video anche sott'acqua. Da oggi immortalare le tue imprese subacquee non sarà più un problema. Ha una custodia resistente agli urti e impermeabile fino a 10 metri di profondità, che è munita di lente grandangolare a 175° e di una speciale membrana touchscreen per utilizzare il telefono anche quando la superficie è bagnata.



## GoPro HERO3+ Black Edition

E' una videocamera più piccola e leggera del 20% rispetto alla versione precedente, offre una migliore qualità dell'immagine e nuove potenti funzioni per una grande versatilità e comodità. Dispone di SuperView, una nuova modalità video che consente la prospettiva grandangolare più coinvolgente al mondo, mentre la modalità Auto Low Light regola in modo intelligente la frequenza dei fotogrammi per prestazioni eccezionali in scarse condizioni di luce. E' la videocamera GoPro più avanzata: ha un'eccezionale durata della batteria superiore del 30%, un Wi-Fi 4 volte più rapido, lenti più nitide e compatibilità con tutti i supporti e gli accessori GoPro. Le modalità video ad alta risoluzione e ad alta frequenza di fotogrammi offrono filmati di qualità professionale e garantiscono una riproduzione in slow motion estremamente scorrevole.



## Fujifilm FinePix S1

FinePix S1 dispone di uno zoom ottico Fujinon 50x di nuova concezione (24-1200 millimetri equivalente), con un intervallo di luminosità F2.8-F5.6 e 3-stop di stabilizzazione immagine (lens-shift). Grazie alla lunghezza focale dello zoom e alla modalità "Super Macro", che consente di mettere a fuoco soggetti fino a 1 cm, è possibile utilizzarla per differenti stili di ripresa: dagli scatti panoramici con il grandangolo a inquadrature precise di soggetti lontani. E' dotata di un'esclusiva tecnologia di rivestimento multi-strato Fujinon Super EBC, applicata per ridurre le immagini fantasma e i riflessi indesiderati, per dare il massimo anche in condizioni di ripresa difficili, come quelle in controluce.



## NiloX MINI F WI-FI

E' la risposta migliore per riprendere le tue emozioni anche quando sei in movimento. Inoltre, questa action cam ti permette di condividere subito le tue imprese con gli amici grazie a Wi-Fi e app NiloX. Full HD (1920x1080 pixels) con grandangolo da 120°, è resistente all'acqua fino a 55 metri grazie alla custodia waterproof inclusa. Ha una capacità di memoria fino a 32GB. Le sue dimensioni sono piccolissime, sta nel palmo di una mano ma offre grande qualità con una risoluzione di 12 megapixel per il modello standard e 8 megapixel per quello wifi. Entrambe registrano video Full HD a 30 frame al secondo. Si può comandare dal proprio smartphone fino a 20 metri di distanza.



# SILVICOLTURA & PROGARDEN

Richiedi la nostra brochure,  
utile strumento di vendita per essere  
protagonisti nel mercato.  
All'interno la linea completa dei  
lubrificanti a marchio Progarden.

 **DFL** l'evoluzione della specie.

# DFL

E' una società del GRUPPO **LAMURA**

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

# *Software per la filiera ferramenta*

## *IL MEGLIO A TUA DISPOSIZIONE*

*Service*

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

*Customer*

*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*

# iProtagonisti di **iFerr** magazine

## Nuovo Catalogo **FRANZINI**



**F**ranzini Annibale realtà storica con 140 anni di attività, presenta il nuovo catalogo. L'azienda aderisce ai gruppi Ferritalia e Sidercenter, rispettivamente per i settori ferramenta e siderurgico, si estende su una superficie di 70.000 mq ed è in grado di consegnare oltre 36.000 articoli in 24/48 ore grazie ad un evoluto sistema di logistica di magazzino. Il catalogo racchiude grandi marchi leader del settore e private label (**Maurer, Maurer Plus, Papillon, Yamato e Dunker**), articolati su più reparti: utensileria, ferramenta, idraulica civile ed industriale, giardinaggio e arredo giardino, bulloneria e derivati della vergella, stufe e fumisteria. Gli articoli, dettagliatamente descritti,

rappresentati da immagini fedeli e completi con prezzi indicativi di vendita, si susseguono con semplicità e chiarezza in una **disposizione intuitiva** e supportata da un **utile indice analitico**.

Elemento innovativo di questa edizione è l'opportunità offerta alla clientela di poter godere di un **proprio catalogo personalizzato**, con il contenuto ricco e completo di Franzini ed i propri riferimenti come ragione sociale ed indirizzo sia in copertina che sul retro. Un importante servizio di Franzini a favore di quei clienti rivenditori interessati che, per tirature così limitate, avrebbero incontrato difficoltà a stampare autonomamente. Il catalogo è solo in versione cartacea, tutte le referenze sono consultabili sul sito [www.franzini.it](http://www.franzini.it)

## SOMMARIO

**I protagonisti di questo numero:**

**pag. 86 - NOBEX**



**pag. 88 - TENAX**



**pag. 90 - ERREBI**



**pag. 92 - AMBROVIT**



**pag. 94 - MOBIL PLASTIC**





Maurizio Manca



NOBEX

# Il volto umano *del fissaggio*

**Perché acquistare Nobex? È il quesito che abbiamo posto a Maurizio Manca, direttore commerciale dell'azienda, nonché storico punto di riferimento nel mondo del fissaggio e della ferramenta.**

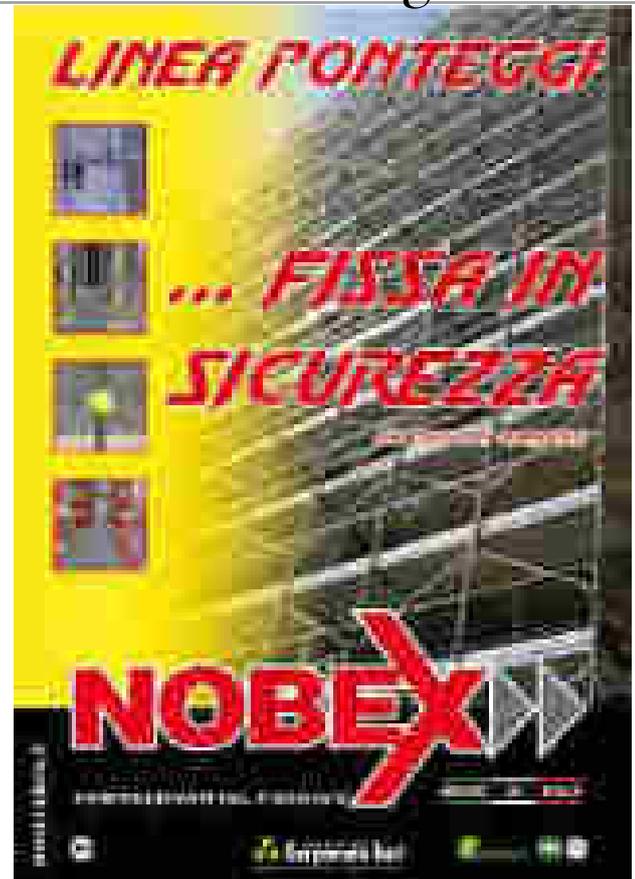
**Ferr: Perché acquistare Nobex?**

Bella domanda! Di solito a un quesito del genere si tende a rispondere in maniera istituzionale. Io in realtà preferisco essere assai più concreto. Oggi Nobex rappresenta un ottimo punto di riferimento per quei punti vendita che desiderino diversificare la loro offerta, senza rinunciare alla qualità del prodotto e del servizio, tipici dei marchi leader e di riferimento.

**iFerr: Si spieghi meglio, sia gentile!**

**M.M.:** Volentieri. I marchi di fissaggio più noti, sono presenti in tutti i modelli di distribuzione, da quella tradizionale al dettaglio della ferramenta, dell'elettrico, del materiale edile, fino alla grande distribuzione generalista. Insomma, un rivenditore deve fare

*“Nobex rappresenta un ottimo punto di riferimento per quei punti vendita che desiderino diversificare la loro offerta”*



i conti con una concorrenza, tutta sullo stesso piano, ma con quotazioni davvero tanto variabili. Allora cambiare marchio significa uscire dal "mucchio", differenziarsi e non essere più paragonato direttamente con altri punti vendita.

**iFerr:** Tutto questo però, non basta vero?

**M.M.:** Esatto, per questo noi lavoriamo proprio tanto, in ricerca e sviluppo, soprattutto ascoltando le richieste che ci vengono fatte dal mercato. Oggi siamo in grado di garantire ai nostri clienti un'ottima qualità di prodotto, una completa e profonda gamma di referenze, e un servizio efficiente, a fronte di margini operativi decisamente molto interessanti. Perché non dimentichiamolo mai: un ferramenta deve guadagnare, ad ogni vendita.

**iFerr:** Però man mano che il vostro marchio si diffonde, rischia di venire meno il vantaggio della differenziazione dell'offerta, per i punti vendita.

**M.M.:** No, perché proprio perché crediamo molto nella nostra peculiarità, abbiamo scelto la strada del rispetto dei bacini d'utenza. Non si tratta di una vera e pro-

*“Siamo in grado di garantire ai nostri clienti un'ottima qualità di prodotto, una completa e profonda gamma di referenze, e un servizio efficiente, a fronte di margini operativi decisamente molto interessanti.”*

pria esclusiva, ma piuttosto di un accordo chiaro di attenzione e collaborazione a non creare sovrapposizioni distributive.

**iFerr:** Questa è una scelta che contate di rispettare anche nel medio termine?

**M.M.:** E perché non dovremmo? È chiaro, un rivenditore che ordina poco e saltuariamente, e che da più spazio e visibilità ad altri prodotto o marchi nel medesimo reparto, noi prima lo sollecitiamo a darci maggiori possibilità commerciali, dopo di che però, se nulla cambia, ci sentiamo liberi di operare commercialmente anche con altri rivenditori. Questo però sempre in assoluta e totale trasparenza, e i frutti si stanno vedendo.

**www-nobex.it**



TENAX

# Rete!

**L'innovazione sul prodotto e il continuo supporto alla vendita fanno di Tenax un importante riferimento per la ferramenta e il mondo del garden quando si parla di reti, recinzioni, schermature, teli e tessuti. Con ancora tanti progetti da realizzare.**

**T**enax è una multinazionale italiana nata nel 1960 come azienda specializzata nell'estrusione dei polimeri termoplastici. È stata protagonista di una costante crescita produttiva, fino a raggiungere oggi un ruolo

di rilievo in molti settori come il giardinaggio, l'industria, le costruzioni, la geotecnica. Abbiamo incontrato Paolo Molteni, Business Director dell'azienda per farci raccontare il successo di Tenax

**iFerr:** Quali sono i mercati di riferimento per Tenax?

**P.M.:** L'azienda è suddivisa in tre business unit: geotecnica - industria - consumer. Quest'ultima ha come mercati di riferimento il giardinaggio e bricolage, l'agricoltura e

*“Le confezioni dei prodotti Tenax hanno grande capacità comunicativa grazie ad etichette emozionali sempre chiare e d'impatto che danno immediata riconoscibilità alla funzione del prodotto ed ai suoi plus”*



l'edilizia. I canali principali che vengono utilizzati per la promozione e la vendita dei prodotti sono i grossisti, il trade tradizionale e le grandi superfici specializzate, scelti in base al territorio e alla tipologia di gamma trattata. All'interno del mondo del giardinaggio e del fai da te i principali gruppi di prodotto della gamma Tenax sono le recinzioni, le reti schermanti e ombreggianti, i prati sintetici, le reti per la protezione delle colture e i film e tessuti per la pacciamatura e copertura invernale.

**iFerr:** **Che iniziative adottate in ferramenta e giardinaggio per supportare la vendita del vostro prodotto?**

**P.M.:** Le iniziative dedicate alla promozione dei nostri prodotti sono continue e costanti ed hanno lo scopo di aumentare le rotazioni dei prodotti Tenax sul punto vendita. Promozioni tematiche legate alle stagioni, supporto in termini di merchandising e comunicazione, confezioni con abbigliaggi esaustivi, esposizione e layout con colori accattivanti ....

**iFerr:** **Ci racconta come va esposto il vostro prodotto in ferramenta?**

**P.M.:** Le confezioni dei prodotti Tenax hanno grande capacità comunicativa

*“Per il punto vendita forniremo un sempre maggiore supporto commerciale, in termini di materiale informativo, comunicazione in - store con espositori, display e video tutorial, promozioni e canvass periodici”*

grazie ad etichette emozionali sempre chiare e d'impatto che danno immediata riconoscibilità alla funzione del prodotto ed ai suoi plus. Oltre a ciò Tenax offre una serie di espositori e sistemi di merchandising capaci di rendere ancora più chiara e leggibile l'offerta al consumatore finale. Alcuni prodotti con alta capacità innovativa come la nuova rete per recinzione in plastica Millennium hanno sicuramente necessità di materiale di comunicazione che illustri le loro caratteristiche ed applicazioni rendendo immediati i benefici del prodotto.

**iFerr:** **Quali sono i vostri progetti futuri?**

**P.M.:** Abbiamo rivisto il nostro modello di business puntando a fidelizzare sempre più le ferramenta, i garden center e le agrarie, con l'aiuto anche di distributori-partner per presidiare il territorio nazionale; l'offerta di prodotti e servizi sarà studiata e mirata al

consumatore target selezionato.

Per il punto vendita forniremo un sempre maggiore supporto commerciale, in termini di materiale informativo, comunicazione in-store con espositori, display e video tutorial, comunicazione sui media per il lancio delle novità, promozioni e canvass periodici per animare le vendite ed offrire argomentazioni ulteriori per i nostri prodotti. Il nostro obiettivo è di aumentare sempre più le penetrazioni delle categorie in cui siamo leader di mercato con una sempre maggiore attenzione ai bisogni dei diversi target e all'innovazione. Ad esempio la nuova rete Ecoquadra, ottenuta con 100% di polimero riciclato è, come tutti i prodotti Tenax, completamente riciclabile, e risponde alle esigenze di un consumatore attento a tematiche quali quelle dell'impatto ambientale dei prodotti. [www.tenax.net](http://www.tenax.net)



ERREBI

# La chiave *della creatività*

**Chiavi tradizionali, macchine per la duplicazione, chiavi auto con tecnologia transponder, radiocomandi per apertura cancelli, lucchetti di sicurezza, lucchetti ad arco. Un ampio assortimento di un'azienda che è riuscita ad unire il legame con il territorio a un forte slancio innovativo. Sempre con un occhio al rapporto umano.**

*“Molte chiavi auto possono essere direttamente duplicate in ferramenta dando così la possibilità di accedere sempre più ad un segmento di mercato che prima era ad uso escluso delle concessionarie”*

**E**rrebi è una storica azienda bellunese, situata a Cibiana di Cadore, adagiata nella culla delle Dolomiti, a pochi chilometri da Cortina. Fondata nel 1949 come associazione di vari artigiani, **Errebi produce da 65 anni**

**chiavi per serrature.** Nel 1996 entra a far parte di un gruppo internazionale, il gruppo Altuna SA, che ha saputo comprendere la particolarità dell'azienda mantenendola legata al suo territorio. Il gruppo ha sede nei pressi di Bilbao (Spagna) produce chiavi per serrature e macchine duplicatrici ed è una realtà di riferimento in Europa, con 5 unità produttive dislocate su 3 continenti ed una decina di unità commerciali sparse in tutto il



mondo. Abbiamo incontrato Luca Mazzucato direttore generale di Errebi per conoscere meglio l'azienda.

**iFerr:** Mazzucato, ci racconti come è oggi Errebi

**L.M.:** Errebi ha oggi un out-put giornaliero di circa 200.000 chiavi, esporta circa il 70% e le maestranze sono tutte locali. Siamo un raro esempio di produzione in ambito montano. È sicuramente questa una delle nostre particolarità più rilevanti. L'azienda va comunque vista come unità integrata in un gruppo internazionale con le sinergie e le opportunità di investimento e crescita che solo un gruppo di questi tempi può dare. I processi produttivi sono altamente automatizzati ed il prodotto chiave si è comunque evoluto nel tempo.

**iFerr:** Che novità sul fronte prodotti?

**L.M.:** Abbiamo lasciato sempre più spazio all'aspetto elettronico. In questo campo Errebi ha saputo cogliere i tempi ed innovarsi. Nel settore *automotive* è stato infatti sviluppato un particolare processo di duplicazione chiavi grazie all'ausilio della macchina LSB e di un microchip sviluppato internamente al Gruppo. Con tale prodotto molte chiavi auto possono essere diretta-

*“Il servizio tecnico diretto dell'azienda sul punto vendita grazie alla fitta rete di agenti nonché alla consulenza telefonica oppure con visite di personale specializzato”*

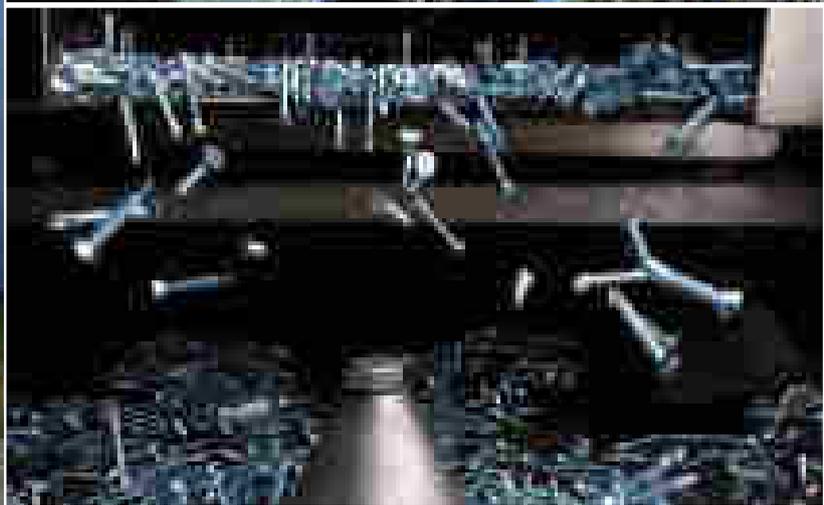
mente duplicate in ferramenta dando così la possibilità di accedere sempre più ad un segmento di mercato che prima era ad uso escluso delle concessionarie. Crediamo inoltre nella funzione *fashion* della chiave e creiamo di continuo nuove versioni colorate e fantasiose in collaborazione con artigiani locali. Alla chiave tradizionale e macchine per la duplicazione abbiamo affiancato tutta una serie di prodotti complementari richiesti dalla ferramenta, nostro canale classico.

**iFerr:** Che supporti date alla ferramenta per aiutarli nella vendita?

**L.M.:** Il nostro impegno con la ferramenta non si conclude con la vendita, al contrario. La vendita è il punto di partenza del nostro rapporto. Siamo impegnati a fornire tutta una serie di supporti commerciali e tecnici volti a facilitare il sell out. Ad esempio

con il merchandising, con appositi banner dedicati, adesivi, ecc. Il supporto tecnico è poi altrettanto importante con cataloghi cartacei, online e su pen-drive di facile consultazione con tutta una serie di *facilities* volte a districarsi in maniera opportuna nel complesso mondo della chiave. Non ultimo, ma anzi il più importante, è il servizio tecnico diretto dell'azienda sul punto vendita grazie alla fitta rete di agenti nonché alla consulenza telefonica oppure con visite di personale specializzato.

Crediamo nella comunicazione via internet, è sicuramente il futuro. Dal nostro sito il cliente può attingere a tutta una serie di informazioni e servizi utili per la sua attività. Non trascuriamo però il rapporto umano, il contatto diretto, per noi il cliente è spesso un amico. [www.errebispa.com](http://www.errebispa.com)



AMBROVIT

# Sempre più *forte!*

**Cresce sui mercati, crescono i suoi prodotti. Ambrovit, azienda di riferimento nei sistemi di fissaggio, è una realtà controcorrente: in una fase recessiva continua a investire su tecnologia e qualità. Senza dimenticare la comunicazione di prodotto.**

In Ambrovit la tecnologia è un impegno che non si ferma mai. Nel corso di questi ultimi anni l'azienda fondata nel 1997 da due manager con una lunga esperienza nella viteria e bulloneria è cresciuta molto. Con un obiettivo: proporre ai suoi clienti prodotti sempre nuovi e tecnologicamente avanzati. Riferimento nei sistemi di fissaggio, la realtà di Garlasco (Pavia) accanto alla qualità del prodotto continua a puntare anche su un servizio al cliente che contribuisce a un concetto di qualità globale alla base di ogni attività. Un chiaro esempio di tutto ciò è il nuovo laboratorio. Dotato di strumenti di ultima generazione per il controllo qualità, vanta oggi uno dei più sofisticati software impiegato in questo ambito. Non a caso nel corso del

*“Grazie ad un magazzino completamente automatizzato con una capacità di 22 mila pallet e 1400 linee di ordinazione, Ambrovit può soddisfare con celerità ogni tipo di esigenza”*



2011 Ambrovit ha ottenuto la **certificazione del Sistema di Gestione Qualità** in accordo alla norma Uni En Iso 9001:2008.

### UNA SEDE TECNOLOGICA

Qualità significa inoltre pronta consegna e grande attenzione alle esigenze del cliente, standard permessi anche da una struttura efficiente. Ambrovit si estende su un'area di 12 mila metri quadrati, di cui 6 mila adibiti a capannoni. Grazie ad un magazzino completamente automatizzato con una capacità di 22 mila pallet e 1.400 linee di ordinazione, **Ambrovit può soddisfare con celerità ogni tipo di esigenza.** Uno spazio tecnologico in cui è in funzione una linea di imballaggio automatizzata capace di preparare alla spedizione 22mila confezioni destinate ai clienti di ogni settore: dall'industria del mobile a quella dei serramenti e degli infissi, dalla carpenteria alla falegnameria fino all'arredo urbano e da giardino.

### LOGISTICA E CONFEZIONAMENTO

La sede logistica è organizzata per consentire un miglior controllo e ottimizzare lo stoccaggio dei grandi quantitativi di materiale pronto per l'evasione degli ordini e i

*“L'inscatolamento dei pezzi è eseguito internamente per assicurare qualità anche sotto questo profilo. Un nuovo servizio permette la personalizzazione delle etichette con loghi, disegni e descrizioni su richiesta”*

prodotti di merchandising. L'imballaggio dei prodotti riveste un ruolo determinante: l'inscatolamento dei pezzi è eseguito internamente per assicurare qualità anche sotto questo profilo. Tutti i prodotti a catalogo sono confezionati in scatole di microonda stampate con etichetta identificativa del prodotto oppure sono consegnati sfusi in scatoloni di cartone da 20 kg, in sacchi di polipropilene o in sacchetti di plastica riciclabile fino a un massimo di 1 kg. **Un nuovo servizio permette la personalizzazione delle etichette con loghi, disegni e descrizioni su richiesta.**

### COMUNICARE IL PRODOTTO

In Ambrovit la comunicazione è **fondamentale.** Il marchio è presente sulle più importanti riviste di settore ed il **catalo-**

**go generale** documenta l'ampiezza di gamma offerta. La produzione Ambrovit è infatti vasta, tanto sotto il profilo delle tipologie di viti e bulloni tanto per quel che riguarda finiture e trattamenti galvanici. Oggi sono disponibili a catalogo complementi per viteria, tirafondi, viti per pannelli truciolari, viti per carpenteria e per cartongesso, tbl combinate e viti euro, metriche, dadi, rondelle, bulloni e barre filettate, viti autofilettanti, autoperforanti e inox, componenti per il fissaggio e il montaggio di serramenti in PVC. Il tutto nelle dimensioni più diverse di diametro e di lunghezza. Inoltre l'offerta per i clienti si è arricchita di un'ampia gamma di **viti per il calcestruzzo**, con varie dimensioni e tipologie di utilizzo per ogni necessità di impiego, in modo da soddisfare le forti richieste del mercato. **www.ambrovit.it**



Roberto Lugani



MOBIL PLASTIC

# Bidoni? *Sì grazie*

**Da più di 45 anni sul mercato, Mobil Plastic offre un'ampia gamma di prodotti in plastica per diversi settori, dalla ferramenta al giardinaggio, dall'agricoltura alla ristorazione, dal settore alberghiero alla raccolta differenziata. Con il costante impegno di porsi come fornitore globale innovativo e affidabile.**

# N

el 1968, inizia l'attività di Mobil Plastic. Nasce con l'idea di realizzare prodotti in plastica per lo storage con particolare riferimento al

mondo ferramenta. Il successo è immediato, prima in Italia e poi in tutta Europa. Il cliente e la sua soddisfazione sono al centro delle politiche e strategie aziendali grazie anche ad un management giovane e molto dinamico. Abbiamo chiesto a Roberto Lugani direttore generale di raccontarci storia, prodotti e novità dell'azienda

**iFerr:** Lugani, Mobil Plastic è presente in diversi settori, ci racconti come nasce questa diversificazione?

*“L'attenzione costante alle tendenze innovative e gli investimenti nel reparto Ricerca & Sviluppo hanno permesso a Mobil Plastic di sviluppare internamente nuove idee e, mediante animazioni grafiche e prototipazione rapida in 3D, farne progetti esecutivi”*



**R.L.:** Da sempre attenta ai mercati in continua evoluzione, Mobil Plastic nel 2008 investe e acquista la storica società S.S.S. di Forlì (FC) attiva in diversi settori merceologici affini al mondo ferramenta. Da questa operazione nasce nel 2010 il marchio **MP Group – Plastic Solutions** che permette all'azienda di proporsi al mercato con un'ampia offerta di soluzioni e prodotti destinati a diversi settori come: ferramenta, casalinghi, enologia, ecologia, giardinaggio, agricoltura, industria alimentare e settore alberghiero. Sotto il marchio di gruppo MP Group Plastic Solutions abbiamo diversi brand che ci permettono di offrire un assortimento di prodotti di qualità ad un target di clienti professionale e hobbistico.

**iFerr:** Secondo lei, quale è il punto di forza di Mobil Plastic?

**R.L.:** L'azienda è una solida realtà industriale che trasforma oltre 5.000 tonnellate di materia prima realizzando prodotti in plastica. L'attenzione costante alle tendenze innovative e gli investimenti nel reparto Ricerca & Sviluppo hanno permesso a Mobil Plastic di sviluppare internamente nuove idee e, mediante animazioni grafiche e prototipazione rapida in 3D, farne progetti esecutivi.

*“Oltre 1.500 clientserviti annualmente, presenti su tutto il territorio sono la garanzia dell'affidabilità di tutto il processo di produzione e commercializzazione dei prodotti”*

Riesce così a porsi verso i mercati di riferimento come un fornitore globale di articoli in plastica utilizzati in diversi settori. Oltre 1500 clienti serviti annualmente su tutto il territorio sono la garanzia dell'affidabilità di tutto il processo di produzione e commercializzazione dei prodotti.

**iFerr:** Quale è il vostro target di riferimento?

**R.L.:** In Italia, che rappresenta il 65% del nostro fatturato, il target di riferimento è il settore tradizionale della ferramenta nei canali ingrosso e dettaglio. Una organizzazione di vendita composta da oltre 30 agenti copre tutto il territorio nazionale fornendo un supporto costante ai clienti. Dal 2010 abbiamo sviluppato un catalogo con prodotti specifici destinato al settore HoReCa, ovvero quello della ristorazione ma anche del cleaning, con una nuova

rete vendita composta da una decina di agenti specializzati.

**iFerr:** C'è un settore in particolare in cui vede possibilità di sviluppo?

**R.L.:** Uno dei settori che registra risultati in controtendenza rispetto all'andamento medio del mercato è quello della raccolta differenziata dei rifiuti. Siamo presenti attraverso una distribuzione indiretta nel mondo della pubblica amministrazione con articoli professionali e certificati. Recentemente stiamo lanciando sul mercato 2 nuovi prodotti appartenenti a questo settore e destinati ai canali ferramenta e diy. Sono 2 nuovi bidoni carrellati da 100 lt., denominati 100 e PUSH, adatti per raccolta rifiuti nel settore privato ma particolarmente indicati per ambienti industriali e uffici. [www.mobilplastic.it](http://www.mobilplastic.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](http://www.iferronline.com) o scrivi a [info@iferr.com](mailto: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](http://www.ersi.it)



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

In alternativa collegati a [www.iferronline.com](http://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](mailto:info@iferr.com)  
web: [www.iferronline.com](http://www.iferronline.com)

**Direttore Responsabile**  
Roberto Galimberti

**Direttore Editoriale**  
Sebastian Galimberti

**Coordinamento Editoriale**  
Camilla Fiorin

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

**Segretaria di Redazione**  
Giovanna Di Nolfo

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

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

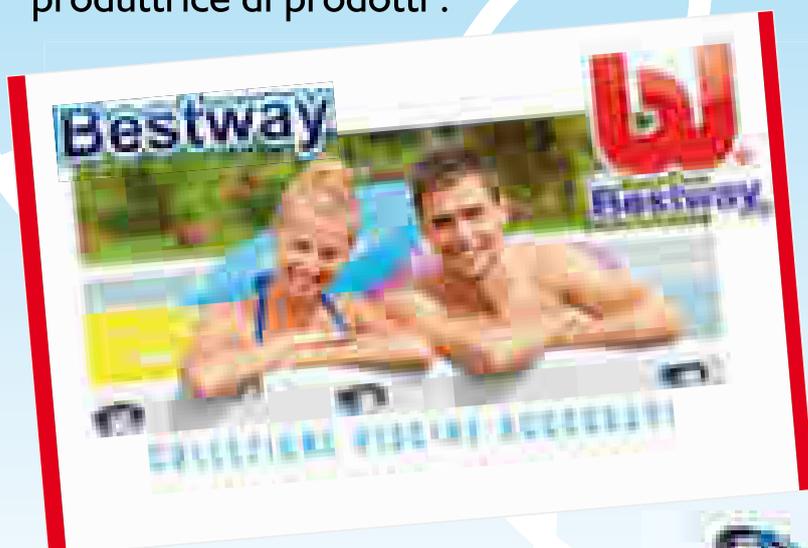
**Settore Colore**  
Concessionaria esclusiva Edipubblicità

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

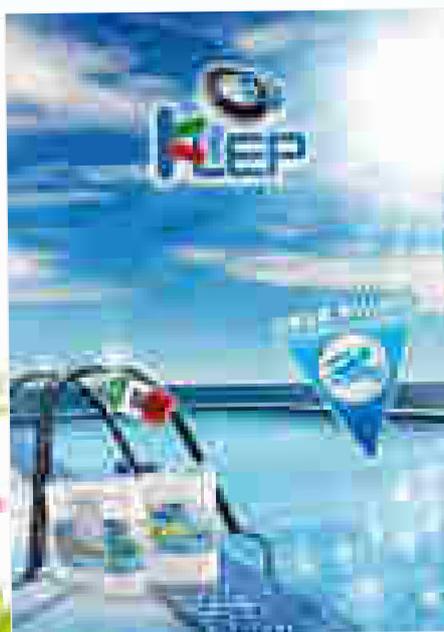
Periodico iscritto presso il Tribunale di Milano,  
iscrizione n° 32 dell'01/02/2013 - Iscrizione al ROC n° 23346

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

Siamo un' azienda di importazione piscine, articoli da mare e gonfiabili, ma anche produttrice di prodotti :



- per il trattamento delle acque con la linea **Klep**
- per la pulizia domiciliare professionale con la linea **ad hoc**
- per la protezione di persone, cani e cavalli da zanzare e parassiti molesti con la linea **azatek bio**



Le solide basi, fondate grazie ad accordi con aziende leader nel mercato mondiale, ci stanno permettendo di aumentare il nostro core business anno dopo anno. Nonostante la giovane età, l'attenzione rivolta al cliente, ci sta ripagando con significativi aumenti di fatturato grazie al lavoro di una rete vendita sempre più numerosa e capillare.

La vasta gamma di ciclicità dei prodotti, i costanti controlli qualitativi, la filosofia just in time, sono i fattori che stanno aumentando la crescita del nostro gruppo.

Successo conseguito grazie alla passione, alla determinazione, al costante impegno nel rispetto dell'etica professionale e della volontà di dare un punto di riferimento nel lavoro quotidiano di tutti i clienti che sempre più numerosi stanno credendo in noi !



Generatori d'aria calda a gasolio, gpl



Aspirapolveri, aspiraliquidi professionali



Idropultrici ad acqua fredda

Idropultrici ad acqua calda



Deumidificatori professionali e domestici