



iFerr magazine

com'è fatto?

online.com N.34 / ANNO 2016

Publicazione mensile

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

SE IL VERDE POTESSE PARLARE SCEGLIEREBBE VIGOR



Il mondo è pieno di macchine
e di uomini che le usano
per lavoro e per il piacere.



why EVO NEW

THE MULTIFREQUENCY REMOTE CONTROL



why | licorice black



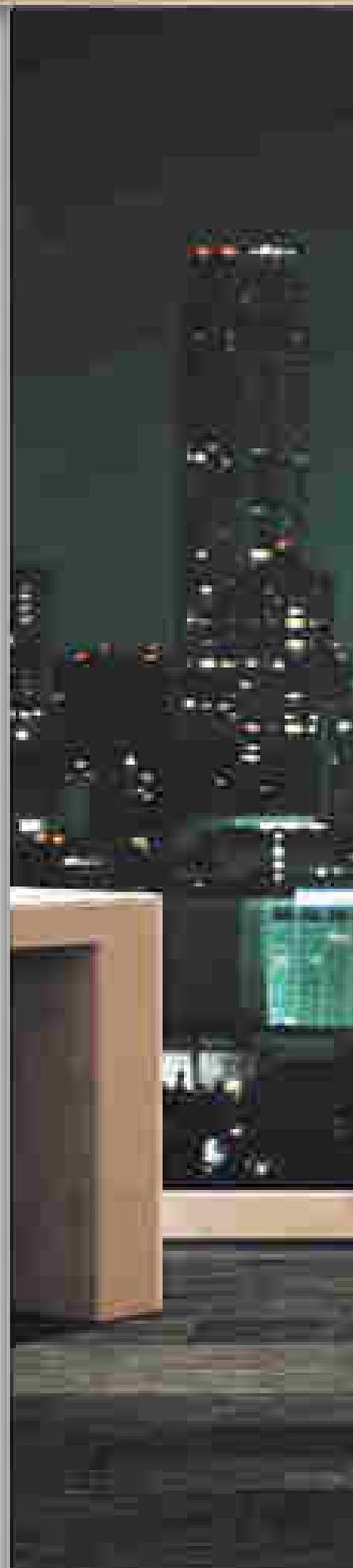
why | granade red



why | magnolia white



why | sky blue





FLOATING SHOWCASE VIDEO





cassaforte **resistente** allo
sfondamento, al disco da taglio
e grimaldello bulgaro



I filmati
completi relativi ai test
sono visibili sul canale
You Tube
www.youtube.com/user/Starksrl



Test di attacco con 12 dischi da taglio sul frontale, la porta è rimasta inviolata e la serratura integra.



Test di sfondamento con 110 colpi di mazza da 4 kg e manico da 40 cm

La linea di casseforti



garantisce:

- solidità contro lo sfondamento grazie alla tecnologia di taglio laser 3D del frontale;
- resistenza all'effrazione contro il disco da taglio poiché realizzata con minerali di sintesi di **ultima generazione**.



SISTEMI DI SICUREZZA

STARK s.r.l.
Via Provinciale Nord, 36
42017 Novellara [Reggio Emilia] - Italy
phone +39 0522 653745 - fax +39 0522 654096
info@starksafes.com - www.starksafes.com

GreenOil

LUBRIFICANTI

www.greenoil.it



Vasellina

Vasellina è un marchio registrato di Unile Italia S.p.A.
www.unile.it



Garden

Garden è un marchio registrato di Unile Italia S.p.A.
www.unile.it



Protettiva catene motociclette

Protettiva catene motociclette è un marchio registrato di Unile Italia S.p.A.
www.unile.it

Via Sirta, 29, 51100 Grosseto GR, Italia
Tel. 0564-457100 - Fax 0564-466403 - Cell. 348-9405811
Email: info@greenoil.it

PROTEZIONE
ECCEZIONALE.

FINITURE
ELEGANTI!

INFINITE SOLUZIONI PER RISULTATI SORPRENDENTI

Alpina. Emozioni a colori.
alpina-colori.it



UP TO **600** MM

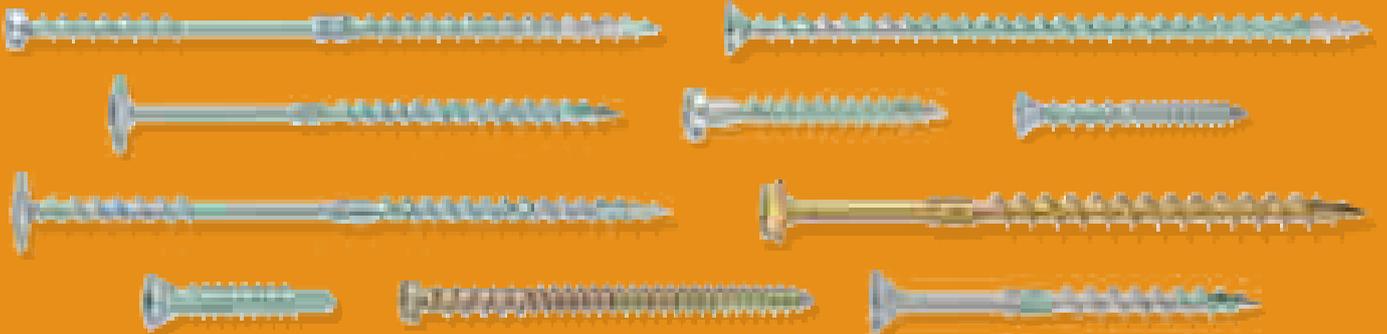


LE DIMENSIONI CONTANO

550+SIZE SCOPRI TUTTO SU WWW.CATALOG.AMBROVIT.IT



VITI PER CARPENTERIA IN LEGNO



LA PIÙ AMPIA GAMMA DI VITI NEL MERCATO EUROPEO IN PRONTA CONSEGNA

AMBROVIT NON LASCIA LA TUA ATTIVITÀ A MANI VUOTE

Affidati alla professionalità di **Ambrovit** che grazie al magazzino automatizzato (con oltre 44.000 pallet pronti per la spedizione) è in grado di spedire le merci in tutta Europa in 24/48 ore dall'ordine. Trova i prodotti che stai cercando tra tutte le nostre gamme di viti, diversificate per dimensioni, materiali, finiture e tutte certificate con parametri in linea con i mercati internazionali.



**AMBROVIT CONSEGNA
IN TUTTO IL MONDO**



FAI IL TUO ORDINE



**44.000 PALLETS
PRONTI PER ESSERE SPEDITI**



**24/48 H
PER LA CONSEGNA**



**RICEVI IL MATERIALE
ORDINATO**

AMBROVIT S.P.A.

Via Giulio Natta, 29
27026 Garlasco (PV) Italy

Tel. +39.0382.810280
Fax +39.0382.810700

email info@ambrovit.it
web www.ambrovit.it



AMBROVIT
BOLTS+SCREWS



CraftstudioAssociati

EMOZIONE DI COLORI.



SMALTO / SMALTO E FONDI
 ANTIRUGGINE / FERROMICACEO
 LINEA LEGNO
 COLORANTE UNIVERSALE
 IDROPITTURE
 IDROPITTURE ANTIMUFFA
 VERNICI ACRILICHE PER TETTI
 GLITTER E PENNELLI



DFL

E' una società del GRUPPO LAMURA

ANNIVERSARIO
40^C
 DFL 1976
 2016

Tanti prodotti esclusivi,
 sempre più specifici e performanti.
 Richiedili on line o al tuo agente di zona.

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

DFL l'evoluzione della specie.

Originali Bosch!

“Per affrontare qualsiasi sfida”



Blue Performance
Semplicemente di più.

NOVITÀ! Sistema 5 in 1 FlexiClick Bosch

Grazie al mandrino con attacco portabit, al mandrino autoserrante, alla testa ad angolo, al portabit disassato e al mandrino con attacco per punte SDS, il sistema FlexiClick Bosch offre la soluzione ottimale per qualsiasi situazione di impiego. L'attacco universale FlexiClick consente di fissare tutti gli accessori in modo semplice e rapido.

Elettrotensili professionali blu: per gli artigiani e l'industria.

www.bosch-professional.it



Seguici su

Bosch Elettrotensili Professional Italia



BOSCH

Tecnologia per la vita

io partecipo alla di iFerr Ma Per



Michele Raselli
Machieraldo
Ferramenta&Casalinghi

Perché è una rivista innovativa rispetto alle altre: come contenuti, che spaziano dagli argomenti più strettamente professionali fino a quelli più ampi e ludici, e anche come filosofia commerciale e distributiva, che valorizza davvero la filiera lunga della ferramenta.



Michele Tacchini
Malfatti&Tacchini

Perché così posso raggiungere davvero i punti vendita dei miei clienti, con una comunicazione mirata e puntuale, capace di arrivare al cuore del nostro target di riferimento.



Rocco Fusillo
Ersi

Perché così possiamo comunicare in modo incisivo e professionale con i nostri associati (ma non solo!), attraverso uno strumento capace di qualificare e valorizzare tutte le nostre attività associative



Luca Bonori
La Ferramenta

Perché è giovane, parla il linguaggio della nostra filiera e ci aiuta a comunicare col nostro mercato



distribuzione

gazine

ché



Francesco Franzini
Franzini Annibale

Perché è decisivo trovare nuovi strumenti per comunicare con i clienti. E iFerr Magazine è davvero uno strumento nuovo, una cerniera che lega e unisce le maglie del nostro mercato. Ecco perché la distribuisco!



Franco Frascchetti
Frascchetti Distribuzione

Perché la rivista mi piace! Mi piace davvero, per la freschezza degli argomenti che affronta, e per lo spirito innovativo attraverso il quale vuole consolidare il legame con l'intera filiera lunga del nostro settore!



Oreste Virlinzi
Virlinzi

Perché mai non dovremmo? La rivista è bella e ben realizzata, e l'idea di mettere al centro il ruolo della distribuzione all'ingrosso, sotto tutti i punti di vista, non può che trovarci d'accordo. Perché allora non dovremmo partecipare alla sua distribuzione?



Scaldate

Fer

Gar

1

Nuova sede prestigiosa, a Monza presso l'Autodromo Nazionale

4

Sindacati di Assofermet per la prima volta insieme al Congresso

1

Area merceologica dedicata al Giardinaggio in ferramenta

i motori!

strumenta

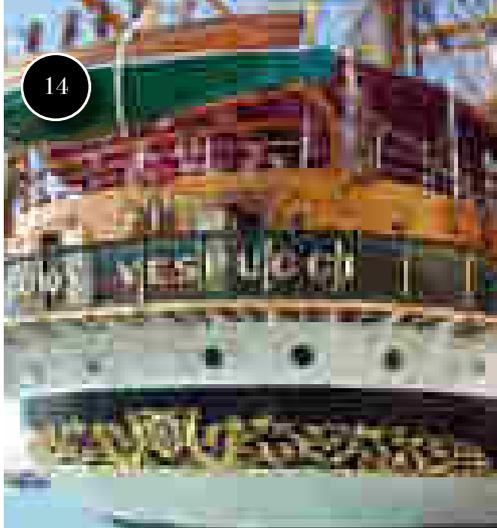
den Day

Media Partner

iFerr^{magazine}
online.com

siderweb





Viewpoint 13

Lo sapevate che... ? 14

Ferramenta People 16

iNews 19

come è fatto?

Lampade emergenza 26

Modello Exiwag Smart Led

iTech

In moto sull'acqua 36

iN primo piano

Aggregazioni eccellenti 42

I giovani di Terna, cosa ne pensano?

Approfondimenti

Casalinghi 50

I casalinghi tornano in ferramenta

iTweet 57

Casalinghi

iPartner

ERSI 62

Convegno 2016 un grande successo!

Studio Mario Silvano 66

L'automotivazione positiva

iWeb 71

Recensione siti

iProtagonisti

Nuovo catalogo 79

MONGARDI 2016

Keyline

Record di qualità e affidabilità 80

Lavorwash

Traguardi invidiabili 82

Bravo

Strategie elettroniche 84

Mottura

La sorpresa è nelle chiavi 86

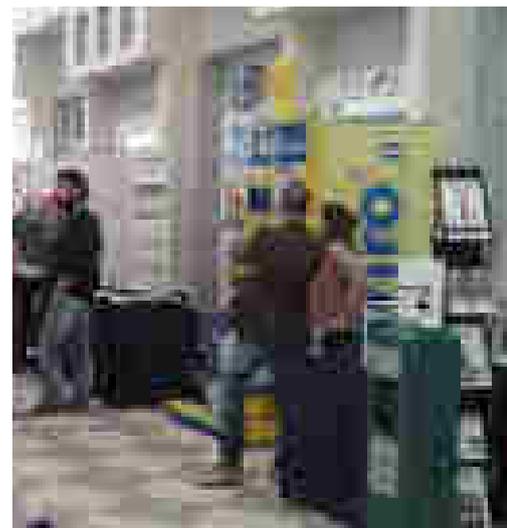


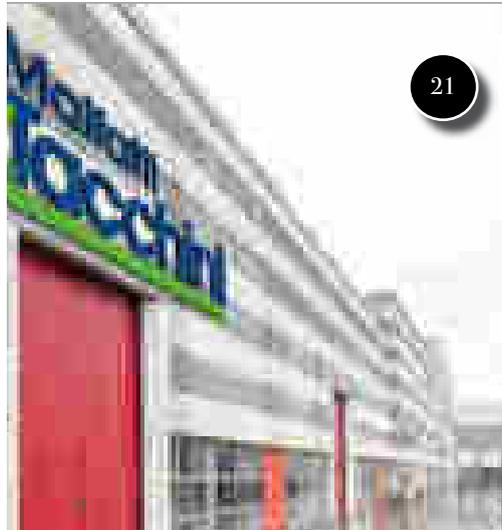
iFerr magazine

online.com

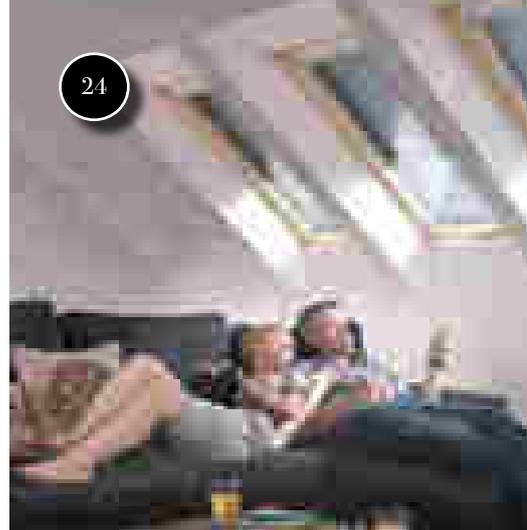
SOMMARIO

NUMERO 34 - 2016





21



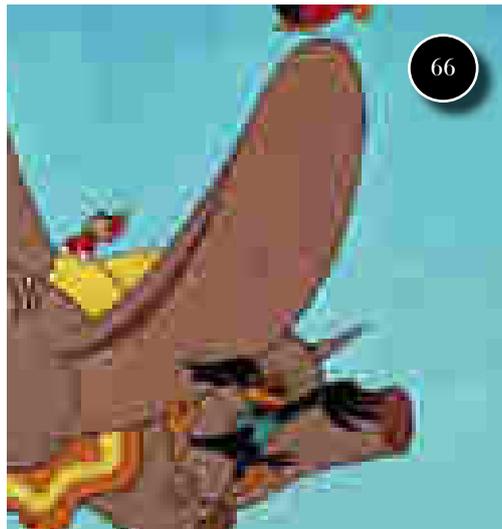
24



42



50



66



71



82

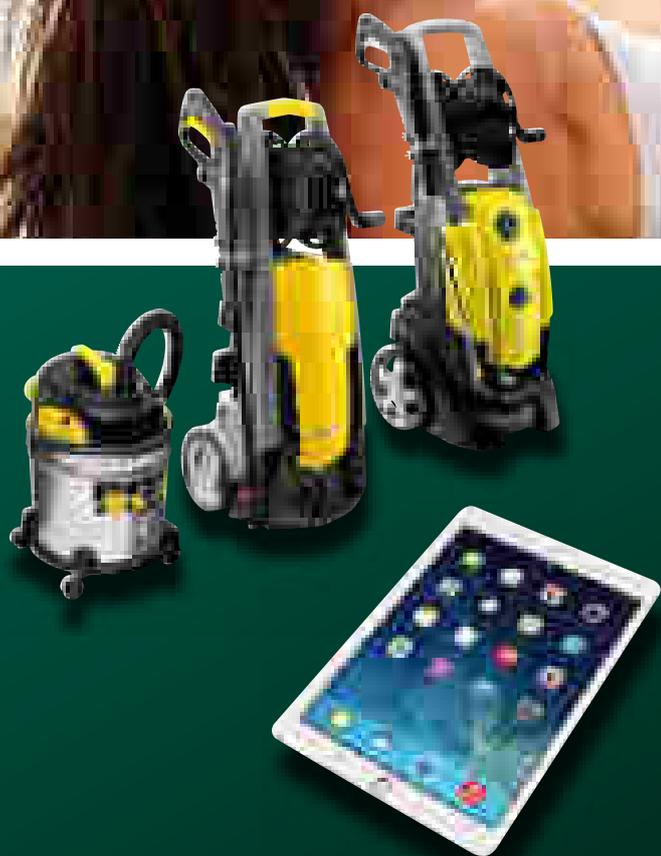


84



LAVOR

GARANTITI & PREMIATI



*Da Lavor più garanzia e tanti
iPad Air 2 da 128 GB*

Dal 1 Aprile al 31 Luglio 2016 acquistando un prodotto a marchio LAVOR e registrandosi online, il consumatore finale ottiene subito 1 anno di garanzia gratis, portandola a **3 anni** senza nessun costo aggiuntivo.

E in più partecipa all'estrazione di uno dei 12 iPad Air 2 da 128 GB in palio!

Registrazione e regolamento sul sito:

www.lavorwash.com/concorso

Validità 01.04.2016-31.07.2016 • Montepremi € 8.055,72 IVA esclusa

LAVOR

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

Viewpoint

“In futuro, se il mercato dimostrerà che sono necessarie nuove riflessioni, da parte nostra, queste riflessioni non mancheranno. Ma ora è prematuro sotto tutti i punti di vista”

Federico Frascetti

“GD e GDO stanno riducendo drasticamente tutti gli assortimenti di prodotti non food, e i dettaglianti specializzati fanno fatica a sopportare l'urto della crisi. Così, per i casalinghi di medio livello, la vita non è semplice!”

Luca Pezzotta

“A mio avviso questa è l'unica strada per guardare al futuro con rinnovato ottimismo. Per noi, che siamo le nuove generazioni, l'individualismo rappresenta un ostacolo alla crescita”

Roberto Viglietta

“Essere concorrenti non vuol mica dire essere nemici! E Consorzio Terna è nato per ottimizzare le attività non concorrenziali. Tutto il resto rimane invariato”

Sergio Capaldo

“Un'occasione unica di incontro per i professionisti di settore e per le aziende, utile per confrontare le rispettive esperienze, visioni e richieste del mercato. Un evento interessante anche perchè aperto allo scambio per chi vive, ogni giorno, le evoluzioni del nostro settore”

Francesca Dal Bo

Lo Sapevate che...



101 metri per Roma 2024

È salpata dal porto della Spezia la nave scuola Amerigo Vespucci, per promuovere le Olimpiadi di Roma 2024. Con un equipaggio di 200 persone, a cui si aggiungeranno 200 cadetti, la "nave più bella del mondo" farà tappa in 12 porti italiani. 101 metri varati nel 1931, nel 1960 il grande veliero portò la fiaccola olimpica dal Pireo all'Italia per le Olimpiadi di quell'anno.



170 milioni di euro in tecnologie e salute

Archiviato il settore degli smartphone, Nokia punta su quello delle tecnologie digitali legate alla salute: la compagnia finlandese ha annunciato l'acquisizione della società francese Withings, specializzata nella cosiddetta "sanità digitale", per 170 milioni di euro.



30 milioni di abbonati



Spotify oggi conta 30 milioni di abbonati, di cui gli ultimi 10 milioni ottenuti nell'arco di nove mesi. Nell'agone della musica in streaming, a novembre 2015, è sceso anche Google con YouTube Music. Anche Apple Music è nella mischia, e ha raggiunto quota 13 milioni di abbonati.

-16,3% di iPhone venduti



Apple chiude il secondo trimestre dell'esercizio fiscale con un utile netto in calo del 22% a 10,5 miliardi di dollari. I ricavi sono scesi del 13% a 50,6 miliardi di dollari. A pesare è la frenata nella vendita

di iPhone: dopo otto anni ininterrottati di crescita, le vendite sono calate scendendo del 16,3% a 51,19 milioni di iPhone.

60,5% di occupati



Italia maglia nera in Europa sul fronte occupazione, dove la percentuale complessiva di occupati (60,5%) è la più bassa tra i 28 tranne che in Grecia, e dove il divario tra il numero di uomini e donne che lavorano (-20pp) è il maggiore ad eccezione di Malta. Meglio sul fronte degli occupati tra i 55 e i 64 anni, saliti di 2pp in passando da 46,2% del 2014 al 48,2% del 2016, che fanno posizionare l'Italia a metà classifica Ue (14esima).

Lo Sapevate che...



40 milioni di merci dal Brennero



Un terzo delle merci che entrano ed escono su gomma dal nostro paese attraverso le Alpi investono il Brennero. Degli 89 milioni di tonnellate di merci che transitano ogni anno lungo i nostri confini alpini

su Tir, 29 sono assorbiti da questo valico. Se poi aggiungiamo gli 11,7 milioni di tonnellate che viaggiano su ferrovia, le merci in transito sul Brennero superano i 40 milioni di tonnellate all'anno.

9,3 miliardi di euro a rischio

Il nostro paese rischia di perdere una parte di 9,3 miliardi di euro di fondi Ue non ancora certificati. Su una dotazione complessiva di ben 46,4 miliardi riferita al programma 2007-2013, la spesa certificata si è attestata a 37,1 miliardi di euro (pari al 79,9 per cento del totale).



In buona sostanza non sono ancora stati certificati 9,3 miliardi di finanziamenti europei, dei quali 6,6 in capo alle regioni e 2,7 miliardi di competenza dello Stato centrale. Insomma, almeno una parte di questi 9,3 miliardi di euro corriamo il rischio di perderli.

-7,2% costo dell'energia per il terziario



L'Indicatore Costo Energia per le imprese del terziario elaborato da Confcommercio evidenzia per il secondo trimestre 2016 una diminuzione del 7,2% per l'energia elettrica e del 13,3% per il gas rispetto ai tre mesi precedenti. Ma l'incidenza delle componenti fiscali al 60% limita fortemente i benefici.

10% di rinnovabili? Dipende!



Continuando ad impiegare vecchi biocarburanti per centrare l'obiettivo del 10% di energia rinnovabile nei trasporti, l'Unione europea rischia di produrre più emissioni di CO2 che utilizzando i tradizionali diesel e benzina. Si parla dell'equivalente delle emissioni di 12 milioni di auto in più, considerando anche l'impatto del fattore Iluc, cioè il cambio di destinazione d'uso dei terreni delle colture alimentari destinate a produrre i biocarburanti.

58 miliardi di euro in ecotasse



L'Italia si conferma al secondo posto nell'Ue sul fronte delle tasse ambientali, che nel 2014 sfiorano quota 58 miliardi di euro. A pesare di più sono sempre di più le tasse sull'energia (82,2%), poi trasporti (16,8%) e un magro 1% su inquinamento e uso delle risorse. Al primo posto nell'Ue, la Germania (58,1 miliardi) e al terzo la Gran Bretagna (55,8 miliardi), su un totale incassato dai 28 di 343,6 miliardi, rispetto ai 330 miliardi del 2013.

Ferramenta *People*

Daniele Ambrosini Ambro-Sol	Andrea Bucci KnaufItalia	Diego Giannetti BTicino	Klaus Fischer Fischer
<p>Giovane e vincente amministratore delegato e socio di maggioranza di Ambro-Sol, si occupa dell'azienda di famiglia, specializzata</p> 	<p>Classe 1972, laurea in Business Economy alla Sapienza di Roma, inglese fluente e una vita trascorsa in posizioni manageriali in</p> 	<p>Quarantacinque anni, comasco, laurea in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano, Gianetti è entrato</p> 	<p>Klaus Fischer è alla guida del Gruppo Fischer da sempre, impersona a tutti gli effetti la filosofia dell'azienda alla quale dedica il</p> 
<p>nella produzione e nella distribuzione di prodotto spray, da sempre. Daniele ama il suo lavoro e ci mette passione anche quando si tratta di gestire il personale affinché ci sia soddisfazione da parte di tutti nel portare a termine il proprio lavoro, proprio come una squadra.</p>	<p>aziende leader di mercato nel mondo dei beni capitali nel settore automotive, ecco il profilo di Andrea Bucci, fresco di nomina come nuovo direttore commerciale Knauf Italia. Ha le sue maggiori competenze nel B2B di beni e servizi complessi e nella gestione dell'innovazione.</p>	<p>in BTicino nel 1999, dove ha ricoperto diversi incarichi di crescente responsabilità in ambito commerciale e marketing fino ad essere nominato direttore commerciale per l'Italia. Gianetti avrà la responsabilità del presidio dei canali distributivi e del mercato a valle, della commercializzazione dei prodotti e dei servizi.</p>	<p>suo tempo con passione. Sotto la sua direzione, l'azienda di medie dimensioni, già forte in Germania e focalizzata sui tasselli in nylon, è diventata un'azienda attiva a livello internazionale. Per il suo eccellente impegno nella formazione, nel 2007 Klaus Fischer ha ricevuto la croce al merito 1° classe della Repubblica Federale Tedesca.</p>

Ferramenta *People*

Raimondo Gallina Co. Me

Raimondo Gallina è sales area manager presso Co.Me, azienda specializzata nella produzione di attrezzi manuali per l'edilizia



e per la decorazione. È in questa azienda da un anno e qualche mese, prima era in Coverit sempre con la stessa mansione. Tra i suoi interessi professionali ci sono infatti le attività legate al B2B e al marketing manager. Nella vita privata si dedica all'arte, al design, ai viaggi e all'aviazione, sua antica passione.

Vittorio Laporta Baglioni

Dal 2007 sales manager presso Baglioni, azienda specializzata in serbatoi per aria compressa e prima ancora rappresentante



alla Mitsubishi Electric Europe. Le sue competenze hanno a che fare con la gestione vendite, strategia d'impresa e sviluppo di prodotto fin da quando ha cominciato la sua carriera nel mondo del lavoro. Fuori dall'ufficio ama stare in compagnia e viaggiare.

Giorgio Moschini - Mungo Morassutti Group

Brand Manager presso Mungo, azienda specializzata in ancoranti meccanici e chimici, e prima ancora marketing manager presso



altre affiliate del gruppo. Dicono di lui i suoi ex colleghi che non è solo un esperto e competente manager, ama anche una persona molto piacevole con cui lavorare e intrattenere rapporti sociali. Tra i suoi interessi le questioni umanitarie, legate soprattutto alla situazione dei bambini in paesi in via di sviluppo.

Federica Rossi Betafence

Marketing e communication specialist presso Betafence Italia da sei anni, si è sempre occupata con determinazione di



comunicazione in diverse aziende e prima ancora in ambienti istituzionali. Tra i suoi interessi professionali spiccano pubblicità, strategic planning e il marketing in generale. Il suo tempo libero, invece, lo riserva ai viaggi e all'approfondimento di temi sociali, come l'ambiente e i diritti umani.

MITO WIPES



HANDS AND TOOLS



GOLD

**SALVIETTE DETERGENTI UMIDIFICATE
CON LATO ABRASIVO PER MANI, ATTREZZI E SUPERFICI**

MANI



ATTREZZI



SUPERFICI



MITO WIPES GOLD elimina

COLLA
VERNICE
GRASSO
STUCCO
SILICONE

OLIO
BITUME
SPORCIZIA
GRAFFITI
SCHIUMA POLIURETANICA

e molto altro...

**RIMUOVONO RAPIDAMENTE LO SPORCO
E PRESERVANO LE TUE MANI**

**X100
STRAPPI**

**NUOVO
20x30cm
30 metri lineari**

CON

**DERMA
TESTED**



PRODOTTO DA:



Produzione detergenti
IT 20020 Arconate (MI) Italy
Tel. +39 0331 462.685

www.splendor.it • splendor@splendor.it

CONFEZIONE E SALVIETTA TOTALMENTE
RICICLABILE NEL CONTENITORE DELLA PLASTICA



La mantide del fai-da-te, viene dalla Svezia

La Smart- Sappie di Logosol, azienda svedese specializzata nella produzione di utensili utili alla lavorazione del legno, è una motosega portatile e di facile uso che s'ispira nella forma alle braccia della mantide religiosa. Ideale per quando si lavora nei boschi e nei campi si allunga e si indirizza velocemente senza sforzi per la schiena perché non è necessario in nessun modo piegarsi. Inoltre la Smart- Sappie ha la capacità di raccogliere da terra lastre e pannelli e depositarli all'altezza desiderata.

www.logosol.com



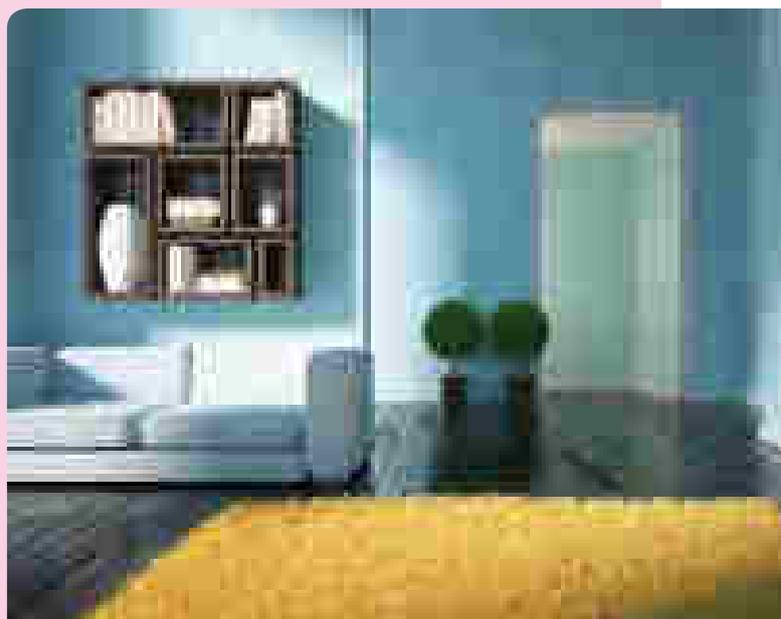
Trucco e parrucco per auto e moto

Aktiv-E Shampoo&Cera della linea AKTIV-e by Fra-ber è un innovativo prodotto concentrato a base di enzimi attivi che disgrega lo sporco organico più ostinato lasciando le parti in metallo di auto e moto incredibilmente brillanti e con un duraturo "effetto seta". Grazie alle qualità autoasciuganti e ceranti, Shampoo&Cera crea un effetto protettivo contro polvere e pioggia. In tal modo le goccioline d'acqua non sedimentano ma scorrono via lungo la carrozzeria. Inoltre, la formula speciale ed unica di Shampoo&Cera garantisce totale sicurezza su tutte le parti delicate.

www.fra-ber.it
- www.aktiv-e.it



Idropitture lagunari 3.0!



Laguna 3.0, del Colorificio San Marco, è una idropittura lavabile di Classe 3, inodore e dal basso contenuto di VOC. La sua formula garantisce una maggiore copertura, un miglior punto di bianco e un'elevata resistenza al lavaggio, agli alcali e allo sfregamento. Le pareti acquistano un piacevole effetto opaco e uniforme, anche in presenza di superfici che presentano livelli di assorbimento differenti. Un prodotto che guarda al futuro: antiscizzo, dotato di un'ottima dilatazione e pennellabilità, la nuova Laguna 3.0 consente di ritoccare l'operato facilmente, sia sul bianco che sulle colorazioni ottenute al tintometro.

www.san-marco.com

TERMINALI IN GOMMA
ANTIURTO

DUE SUPERFICI LEVIGATE
ELETTRONICAMENTE



Le uniche con
certificato di qualità VPA
e fiale garantite a vita

PLUMB SITE® DUAL VIEW™

Sistema brevettato per avere una visione
anche frontale della fiala verticale.
Agevola l'operatore nel rilievo e consente
una lettura facile e veloce.



LE LIVELLE PIÙ AFFIDABILI E ROBUSTE SUL MERCATO



FORTE MAGNETE ALLA BASE

FIALA INGRANDITA



scopri la gamma completa su
WWW.KAPRO-ITALIA.IT

MANIGLIA ERGO GRIP™



Guarda il video
dimostrativo
su youtube!

scan



☎ 010 543 201 | info@ullmann.it

Artensile edizione 2016

AL VIA IL CONCORSO CHE UNISCE ARTE E FERRAMENTA
VOLUTO DA SABRINA CANESE



La IV edizione del concorso fotografico, che mette in relazione arte e ferramenta, voluto da Sabrina Canese, amministratore delegato della Canese Dante Srl e vice presidente nazionale e presidente regionale e provinciale del Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio, invita ad inviare le proprie fotografie fino al 31 luglio. Quest'anno il tema con cui dovranno confrontarsi gli artisti è il Controllo Accessi, partendo da prodotti specifici legati a chiavi, serrature, cilindri meccanici e sistemi di anti-intrusione, l'imprenditrice spezzina ha individuato un interessante punto di convergenza di riflessioni sociali e industriali che possano stimolare, ancora una volta, la ricerca artistica in generale e fotografica in particolare. Le fotografie selezionate (ottobre 2016) per Artensile 2016, saranno esposte in NOVA, l'ex ceramica Vaccari, infatti, è stata scelta come location per la mostra in quanto uno dei pochi esperimenti in Italia di recupero, riqualificazione e riconversione di spazi industriali in chiave artistica. La ferramenta, dunque, diventa oggetto e soggetto dell'opera oltre ad esserne strumento. Numerosi gli sponsor e i patrocinatori che credono nel progetto e hanno deciso di sostenerlo. Tra gli sponsor Carispezia Crédit Agricole, Silca, Technomax, Gruppo Laghezza, Sice, Vmd, Fox e Parker, Avo Valsecchi e Kaba, Viro, Assochiave, Securemme, Krino, Rollandi arredamenti, Cantieri Valdettaro, Mottura, Cfg, Baldassini e Cisa. Maggiori informazioni sul progetto e il concorso sono disponibili sul sito www.artensile.eu



ullmann.it

Black+Decker fa il filo al tuo giardino

Se ami il tuo giardino ma sei stanco di interrompere il lavoro per cercare cavi e prolungher, Black+Decker ha realizzato una comoda prolunga di 10 metri, ideale per curare ogni angolo del giardino senza perderti troppo tempo. La prolunga si trova in dotazione con cinque utensili per coprire tutti gli ambiti di applicazione del giardino, partendo dal 3 in 1, l'utensile multifunzione che grazie all'innovativa base con ruote consente di svolgere 3 funzioni: tagliabordi, bordatura e rasaerba(cod. con prolunga ST5530CM-CAK). Il cavo da 10 metri è inoltre in dotazione con 2 tagliabordi elettrici, il modello da 700W con ampiezza di taglio 33cm ed extra filo HDL (cod. con prolunga GL7033CAKIT) ed il modello da 550W con ampiezza di taglio 30cm(cod. con prolunga ST5530CAKIT), entrambi caratterizzati dall'esclusiva Tecnologia E-Drive di BLACK+DECKER, il sistema con trasmissione ad ingranaggi ad alta torsione che migliora il taglio e accelera il lavoro, garantendo una potenza costante in qualsiasi condizione. La prolunga da 10 metri è infine in dotazione con 2 modelli di tagliaiepi BLACK+DECKER, il modello da 500W con la lama lunga 55cm(cod. con prolunga GT5055CAKIT) ed il modello da 450W con la lama lunga 50cm (cod. con prolunga GT4550CAKIT), entrambi caratterizzati da ganci fissa-cavo, doppio interruttore di avviamento e lame a doppia azione robuste, affilate e resistenti. www.blackanddecker.it



Rifiuti elettronici nei punti vendita



Piccoli utensili ed elettrodomestici, trapani, avvitatori, telecomandi, cellulari e vecchie lampadine a risparmio energetico non più funzionanti: da oggi è possibile portarli in negozio. I punti vendita Leroy Merlin di Pantigliate (strada consorziale vecchia Pallese) e di Lissone (via Nuova Valassina) sono stati

dotati delle innovative Ecolsole RAEE di Ecolight, consorzio nazionale per la gestione dei rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche. I rifiuti elettronici rappresentano infatti un'importante risorsa: essendo riciclabili per oltre il 90% del loro peso, se correttamente raccolti e trattati, possono fornire significativi volumi di materie prime seconde come plastica, metalli e vetro. I piccoli rifiuti elettronici in particolare sono quelli più difficili da raccogliere: si stima che solamente il 20% segua un corretto percorso di raccolta, recupero e smaltimento. www.ecolight.it

Betafence entra in Ottimax



Betafence, azienda specializzata nel mercato delle recinzioni, fa il proprio ingresso in Ottimax, con molti prodotti, dai rotoli di rete, ai pannelli fino ai cancelli, compresi i fili di tensione e di legatura nonché accessori vari. Condividendo l'orientamento di Ottimax all'eccellenza qualitativa, Betafence annuncia l'accordo in occasione dell'inaugurazione del punto vendita di Cesena, il primo punto vendita dell'insegna ad accogliere i prodotti Betafence. www.betafence.it

Malfatti & Tacchini cerca agenti di commercio per la Liguria



Malfatti & Tacchini, leader nel settore Ferramenta e Sicurezza da oltre un secolo con oltre 35.000 referenze di magazzino e 11 milioni di pezzi venduti nel 2015, ricerca agenti di commercio nel settore ferramenta, sicurezza per la regione Liguria. Di seguito i requisiti della posizione ricercata: 3 anni di esperienza nel settore, buon utilizzo del pacchetto Office, posta elettronica e PC, costanza e disponibilità nei meeting aziendali, ottime capacità relazionali e buona presentazione con il cliente e partecipazione attiva nel condividere le informazioni e aggiornamenti all'azienda. Le persone con un profilo idoneo con i requisiti sono invitate a sottoporre la propria candidatura a: malfattitacchini@tacchini.info

Super trattorini in campo

Se desiderate essere i padroni indiscussi dei vostri giardini e tenere a bada erbacce e cianfrusaglie varie i vostri migliori alleati potrebbero essere i trattori McCulloch. Sono, infatti, uno strumento potente ed efficace da impiegare nei giardini di media e grande dimensione, nei più svariati modi. Sono utili per tagliare il prato in primavera, trasportare la legna in estate, spazzolare i vialetti del giardino in autunno o rimuovere la neve in inverno. Rinnovati nel design con la nuova griglia frontale nera e gialla, muniti di nuovo sterzo e di cesto personalizzato, i trattorini garantiscono elevate prestazioni, senza mai tralasciare la sicurezza e il comfort d'uso. I trattori McCulloch sono dotati di motore potente, con cilindrate comprese tra 344cc e 656cc, che li rendono utilizzabili tutto l'anno.

www.mcculloch.com



Dal 1929
Mundial Alfredo Casartelli s.r.l.
produce utensili professionali
per **utensileria, industria,
autoriparazione, elettrico,
idraulica, edilizia...**
Qualità, design, innovazione
sono caratteristiche della
gamma Mundial.

professional

MUNDIAL 
utensili professionali www.mundial-casartelli.it professional tools

Mundial Alfredo Casartelli s.r.l. - 22030 Caslino d'Erba (Como) Italy - tel. +39 031 621330
fax +39 031 622551 - e-mail: mundial@mundial-casartelli.it - www.mundial-casartelli.it

È più di un giardino se fatto da te, lo dice Leroy Merlin

L'AZIENDA FRANCESE LANCIA UNA CAMPAGNA PER ABBELLIRE E ARREDARE LE ZONE VERDI DI OGNI CASA



Quando si parla di fai da te il giardino è la prima immagine che viene in mente agli italiani e chi lo possiede si sente più coinvolto nelle attività di bricolage, lo ha constatato l'Osservatorio sulla Casa. Forte di questi risultati, Leroy Merlin ha sviluppato la campagna "E' più di un giardino se fatto da te" per offrire non solo un'ampia gamma di prodotti, ma progetti completi per creare, arredare o abbellire le aree verdi di ogni abitazione. Come il design è entrato nelle case, allo stesso modo si è inserito nella gestione degli spazi verdi e Leroy Merlin ha creato una vera e propria guida per personalizzare giardino e terrazzo in base alle proprie necessità e al tipo di spazio a disposizione. Leroy Merlin garantisce anche un servizio a 360° che comprende la posa e l'installazione dei materiali scelti. Infine, per guidare passo dopo passo i clienti nella realizzazione del giardino dei propri sogni, Leroy Merlin ha realizzato due smart tutorial che in soli 5 step spiegano come installare l'impianto di microirrigazione per i terrazzi e come posare il pavimento da esterno in legno composito. Per chi desidera cimentarsi in prima persona, sono disponibili anche i numerosi corsi fai-da-te gratuiti. www.leroymerlin.it

SMARTPHONES /// MOBILES

MADE FOR THE OUTDOORS

/// RESISTENTI AGLI URTI
/// RESISTENTI ALLA POLVERE
/// RESISTENTI ALL'ACQUA



CROSSCALL mobile e smartphone sono progettati per il mondo del lavoro:

- Resistono ad urti, polvere e acqua
- Offrono una durata della batteria eccezionale
- Garantiscono design e tecnologia avanzati

SCOPRI LA GAMMA SU **CROSSCALL.COM**

CROSSCALLTM



Tel. 02-90 29 72 34
Cell. 335 69 43 334
benedetto@notab.it



Bianditz

La fabbrica di utensileria a mano
al vostro fianco

INSERTI



UTENSILI A
MANO



ADATTATORI E
ACCOIPIAMENTI



ACCESSORI
PROFESSIONALI



UTENSILI DI
IMPATTO



TAGLIATUBI E
CUTTER



Distribuito nei migliori
grossisti italiani

Via E. Di Dio, 10 - 00100 Roma (RM)

tel. 06 49021234 - fax 06 49021235 - www.bianditz.it

www.bianditz.it

Tende parasole elettriche di Fakro



Grazie al rivoluzionario sistema wireless a radiofrequenza Z-Wave, la tenda parasole esterna AMZ può essere comodamente gestita a distanza e senza necessità di aprire la finestra. Pensata appositamente per mantenere la mansarda più fresca, questa tenda è capace di proteggere gli ambienti interni con un'efficacia fino a 8 volte superiore rispetto alle tende interne di qualsiasi tipo. Infatti, mentre le tende oscuranti interne riducono la luminosità in entrata senza però influire sulla quantità di calore in ingresso, la tenda esterna AMZ è in grado di schermare l'irraggiamento solare prima del vetro, trattenendo il calore all'esterno (in linea con la norma DIN 5034-1). Grazie alla sua efficacia, l'accessorio AMZ riduce tra l'altro l'uso di energia per gli impianti di condizionamento e, di conseguenza, l'emissione di anidride carbonica nell'atmosfera. Proposta in 8 diversi colori e idonea per le varie tipologie di finestra, dalla vasistas alla bilico, dalla panoramica alla combinata, AMZ è progettata per essere più ampia rispetto alla misura del vetro della finestra e consente perciò una migliore ombreggiatura dell'interno.

www.fakro.it



Tubi da giardino in versione chic



Gardena ha ampliato la gamma di tubi rendendola sempre più completa e rispondente a qualsiasi esigenza. Le più recenti novità hanno coinvolto la linea Classic che si è arricchita di quattro nuovi tubi: da 13 mm (1/2") di diametro e 15 o 30 m di lunghezza; da 15 mm (5/8") di diametro e 20 o 50 m di lunghezza. Anche le linee Comfort Flex e Comfort HighFlex sono state arricchite rispettivamente con l'introduzione di un modello da 13 mm (1/2") di diametro e la lunghezza di 30 m e di uno da 13 mm (1/2") di diametro e la lunghezza di 15 m. Tutti i tubi della gamma sono dotati di rinforzo in maglia di alta qualità che conferisce loro una grande resistenza alla pressione e la capacità di mantenere la forma. Ciliegina sulla torta, i nuovi tubi vengono proposti con un packaging estremamente innovativo, che si presta perfettamente a qualsiasi necessità di esposizione: in piedi, distesa e appesa.

www.gardena.com

CO.E.RI. KOSMOS fa la norma



CO.E.RI. KOSMOS
 Credito e Rischio
 Sistemi - Requirements
 Accredited by ACCREDIA

CO.E.RI. KOSMOS Società del Gruppo Fox & Parker ha elaborato lo schema proprietario "Credit Risk Management Systems – Requirements" approvato da ACCREDIA, Ente unico nazionale di accreditamento designato dal Governo. Accredia, infatti, durante il Consiglio Direttivo dell'11 aprile scorso ha deliberato l'avvio dell'attività di accreditamento degli organismi che certificheranno il sistema di gestione per il credito commerciale secondo lo schema CO.E.RI. KOSMOS, l'obiettivo dello schema CRMS FP 07:2015 è quello di essere uno strumento di riferimento per le aziende, di qualsiasi settore, che avvertono l'esigenza di dotarsi di un sistema certificato di gestione del credito commerciale e per la tutela del rischio di insolvenza. www.fox-parker.it



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

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



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

com'è



fatto?



Lampade emergenza - Modello Exiway Smart Led

Le lampade di emergenza sono entrate nella nostra consuetudine solo di recente, quando le normative a proposito di sicurezza ci hanno imposto il loro puntuale utilizzo.

Lampade emergenza Modello Exiway Smart Led

1 - INCOMING DEPARTMENT

Le materie prime in entrata vengono passate al vaglio di un ufficio di competenza che ne testa la qualità e la rispondenza all'ordine. Solo le partite che passano i controlli potranno accedere al magazzino materie prime. Inoltre, una parte di materiale è in free-pass perché già concordato con il fornitore le attività di controllo e collaudo.

L'illuminazione di emergenza è entrata piuttosto di recente nelle nostre consuetudini. Ma così come molti altri dispositivi tecnici e tecnologici, oggi è di fatto un accessorio di sicurezza indispensabile, al quale non potremmo più rinunciare. Importante quindi la qualità di questi prodotti, sotto tutti i punti di vista: dalla capacità di illuminazione alla durata delle sorgenti luminose che le equipaggiano, passando per la facilità di manutenzione e quella di installazione. Tutte qualità che caratterizzano questo prodotto di Schneider, del quale abbiamo seguito tutte le fasi produttive nello stabilimento di Pieve di Cento, storico polo italiano di eccellenza, a proposito di illuminazione di emergenza.



2 - POLICARBONATO

Sono presenti due silos da 48 tonnellate ciascuno, uno per il policarbonato trasparente e uno per quello bianco.

3 - ESSICCAZIONE

Prima il policarbonato viene prelevato dai silos e immesso in un circuito che provvede a portare i livelli di umidità al minimo così da dare alla materia prima livelli ottimali per lavorabilità questo consente alla materia di raggiungere l'ottimale livelli di lavorazione.



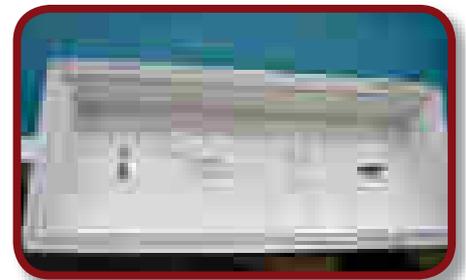
3



4

4 - STAMPAGGIO DEL CORPO LAMPADA

Dall'essiccatore viene portata la materia prima in una delle postazioni di stampaggio del corpo lampada. La materia prima utilizzata per questo componente è il policarbonato bianco. Il corpo lampada di Exiway Smmartled prevede delle entrate cavi con membrana in elastomero per garantire l'IP65. Il corpo lampada è composto da 2 materiali: il policarbonato e l'elastomero. La macchina di stampaggio a bi-iniezione può stampare contemporaneamente sia policarbonato che membrane elastiche.





5 - TRENINO

Le scocche così ultimate vengono caricate in scatole e poi su di un carrellino. Un trenino guidato da un operatore specializzato passa ogni 45 minuti al prelievo del componente così realizzato, per portarlo nel magazzino a bordo linea, pronto per il prelievo per il successivo assemblaggio.

6 - STAMPAGGIO DELLO SCHERMO TRASPARENTE

Nello stesso momento viene stampato anche lo schermo trasparente con annessa pellicola di protezione inserita automaticamente durante lo stampaggio dalla macchina stessa. Tale pellicola protegge lo schermo trasparente durante gli spostamenti del materiale e protegge l'apparecchio durante l'installazione. Anche in questo caso la materia prima (polycarbonato trasparente) arriva alla macchina dall'essiccatore dopo il prelievo diretto dal silos di stoccaggio.



7 - TRENINO

I materiali plastici una volta stampati vengono caricati su pallet e trasportati con il trenino nel magazzino a bordo linea.

8 - CIRCUITI PCBA

I circuiti elettronici vengono assemblati internamente con una macchina automatica programmata che gestisce l'inserimento dei componenti SMD. Ogni circuito prodotto viene testato al 100% in modo da garantire il funzionamento previsto.





ASSEMBLAGGIO

L'assemblaggio viene eseguito manualmente da 1 a 4 operatori a seconda delle richieste di vendita. La linea di montaggio è una linea ad U che consente maggior ergonomia delle postazioni, flessibilità in funzione del carico di lavoro e maggior efficienza complessiva.

a

GUARNIZIONE

La guarnizione in gomma viene inserita nel corpo lampada con funzione di isolamento per il raggiungimento di grado IP65.



b



SCHERMO RIFLETTENTE

Uno schermo riflettente funge da base per il montaggio di tutti i principali componenti.

c

CIRCUITI

Il circuito viene montato sul gruppo ottico che comprende lo schermo riflettente.



d



BATTERIA

La batteria prima di essere montata viene testata per garantirne la carica e la funzionalità; dopodiché viene inserita anch'essa sul gruppo ottico.

e

MORSETTIERA
È inserita la morsetti-
era sul corpo
lampada.



f



ETICHETTATURA
Un'etichetta dotata di barcode
viene inserita all'interno del corpo
lampada. L'etichetta contiene tutte
le informazioni tecniche e del lotto
di produzione.

g

ASOLE
Vengono inserite delle
asole in gomma per ga-
rantire l'IP65.



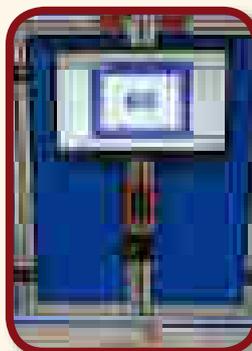
h



MONTAGGIO
Corpo lampada e corpo ri-
flettente sono
ora pronti per
il collaudo.

i

COLLAUDO
Una macchina di collaudo
provvede ad effettuare il
test funzionale del prodotto
e un controllo visivo della
presenza dei componenti
critici. Se il collaudo è stato
superato, viene emesse le
targhette per l'imballo sin-
golo e multiplo.



POST-COLLAUDO

Le parti collaudate vengono passate sotto un lettore bar code per la codifica e registrazione dell'avvenuto collaudo. Tale operazione permette l'alimentazione di un sistema che verifica l'avanzamento della produzione, si ha sempre sotto controllo il numero di lampade prodotte.



m

IMBALLAGGIO

Un operatore provvede all'inserimento della lampada e relative istruzioni nell'imballo singolo e ad alimentare con esso l'imballo multiplo.



A PROPOSITO DI EXIWAY SMARTLED

Exiway Smartled è l'illuminazione di emergenza intelligente, che aumenta il livello di sicurezza dell'impianto e ne permette una gestione efficiente. E' una soluzione innovativa, che consente di attivare verifiche a distanza usando un puntatore laser, un miglior controllo grazie a test e feedback centralizzati; ed è smart perché permette verifiche locali e immediate grazie al Led di segnalazione multicolore. Ma non solo. Dalla fonte luminosa alla componentistica del circuito elettronico fino alle specifiche di progettazione, tutto in Exiway Smartled è pensato per garantire alta efficienza, concreto risparmio energetico e affidabilità nel tempo. Il sistema di ricarica della batteria massimizza la durata dell'apparecchio, grazie alle specifiche di ricarica e soprattutto grazie alla gestione secondo parametri ottimizzati dello sfruttamento della stessa durante l'autonomia; la modalità di pilotaggio della fonte luminosa garantisce alta efficienza e una vita attesa di oltre 100.000h, senza aumentare i consumi e con flussi luminosi fino a 800 lm. L'offerta Exiway Smartled è completa di tutti i modelli e può rispondere al 100% alle esigenze tipiche del mercato terziario. Per un risultato ottima-

le, il corpo lampada si incassa completamente nel muro, minimizzando ogni sporgenza (meno di 10 mm); sono inoltre disponibili due soluzioni estetiche per installazione a parete, una con cornice in dotazione per rendere più uniforme il design, una senza cornice che comunque lascia poco visibile e sfuggente la parte posteriore del corpo. Exiway Smartled assicura grado di protezione IP65 senza bisogno di accessori.

PRINCIPALI CARATTERISTICHE TECNICHE

- Attacco rapido
- Conformi alla CEI EN 60598-2-22
- Conformità alla norma CEI EN 62471
- Grado di Protezione IP65
- Classe di isolamento II
- Temperatura di funzionamento 0° a + 40° C
- Filo incandescente 850° C (IEC 60695-2-10)
- Sorgente luminosa: Led a lunga durata (oltre 100.000 h)
- Ricarica completa in 12 h

10 - NEI BANCALI

Un sistema a trenino trasporta gli imballi al magazzino spedizioni.



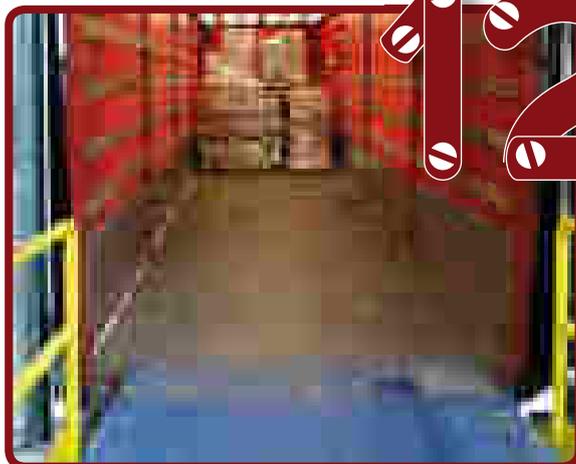
11 - IMBALLAGGIO

Gli imballi vengono controllati nel peso e nelle quantità per ogni singola scatola e tramite un nastro trasportatore vengono reggiati automaticamente. Poi messi su pallet e pronti per la spedizione.



12 - SPEDIZIONE

La merce dopo esser stata imballata viene posizionata sulle baia di carico pronta per la spedizione, che raggiungerà il cliente finale entro 24 h.



A PROPOSITO DI SCHNEIDER ELECTRIC - OVA

Schneider Electric Industrie Italia - Pieve di Cento

- Fondata 1963 dal Cav. Giulio Bargellini
- Ova ha portato in Italia illuminazione di emergenza
- Nella sede in Pieve di Cento lavorano circa 230 persone
- Con Certificazioni :ISO 9001/14001/50001, SA8000, ATEX, OHSAS18001 certifications
- Dal 2006 è entrata nella sfera Schneider Electric
- Dal 2011, OVA è diventata Schneider-Electric Industrie Italia S.p.A
- In questa sede Schneider ha stabilito il centro di competenza mondiale per l'illuminazione di emergenza





**PRECISIONE
ORIGINALE.**
CREATIVITÀ INFINITA.

Silca risolve ogni vostra esigenza di chiave e sostiene con soluzioni innovative chi le duplica per voi in ogni parte del mondo.

#1 AL MONDO

Soluzioni Automotive / Chiavi / Macchine Duplicatrici

www.silca.biz

In moto sull'acqua

KAWASAKI - jet ski ultra 310lx

2016 Jet Ski Ultra 310LX è proposta come la più potente moto d'acqua in tutto il mondo. È anche uno dei più avanzati, con una carena a V profonda, che fornisce una stabilità che posiziona questa moto ai vertici della categoria per le prestazioni racing-like.

MOTORE

- Fuel Injection Digital - alimentato (DFI) 1,498cc quattro cilindri in linea
- Eaton TVS è progettato per fornire grandi quantità di spinta a tutti i regimi di rotazione dal minimo al limitatore. Lavorando in combinazione con un intercooler, fornisce il motore con un flusso ininterrotto di aria fredda e densa per ottenere il massimo guadagno nelle performance.

RSUPERIOR LUSO

- Sedile a tre posti con copertura di sede resistente al calore
- Memorizzazione di massa
- Cinque posizioni regolabili del manubrio

Da 17.990 dollari



Per i più appassionati di sport acquatici ma anche di velocità, le moto d'acqua rappresentano il top delle aspirazioni. Sempre più belle e prestanti, nel tempo sono diventate anche semplici da guidare, grazie all'adozione di tecnologie di ultima generazione, capaci di modulare le difficoltà e i livelli operativi in funzione delle reali capacità dei fruitori. Oggi sempre più diffuse anche a noleggio, in realtà sono piuttosto accessibili all'acquisto, con soglie d'ingresso sempre meno onerose anche nella categoria top di gamma.



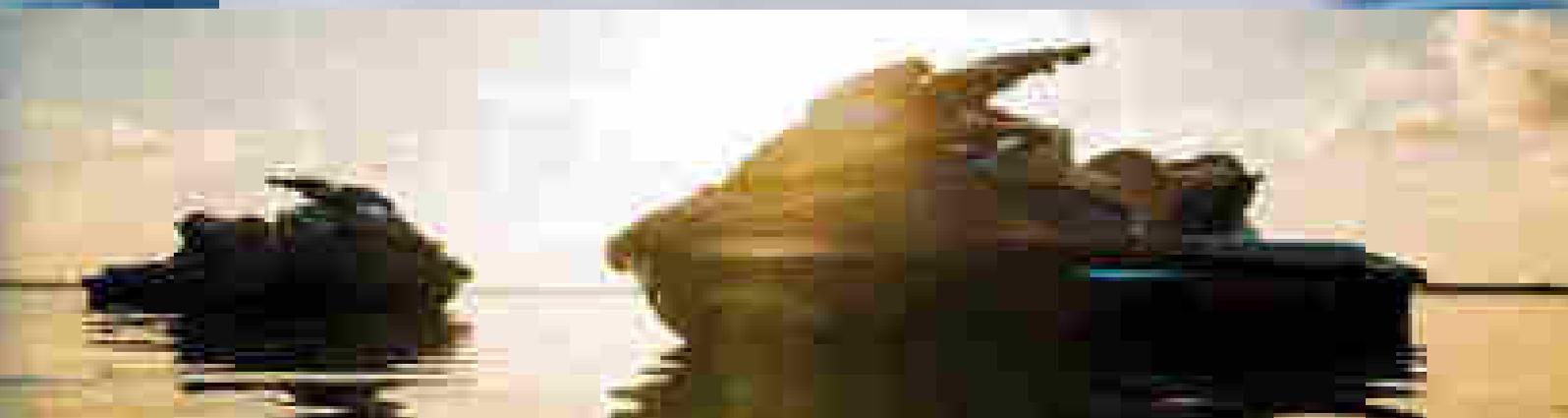
SEA DOO - gtx lusso limited 300 / 215

Queste imbarcazioni di lusso offrono comfort, innumerevoli funzionalità esclusive e due opzioni motore per un'esperienza di navigazione che soddisfa qualsiasi esigenza. Entrambi i modelli includono lo scafo S3 Hull per prestazioni stabili e prevedibili in condizioni di acque mosse; inoltre il nuovo sedile con sistema Ergo-lock e design a scalini offre un comfort ancor maggiore per il conducente e il passeggero.

SCHEDA PRODOTTO

- 3 posti, scafo S³ più nuovo motore Rotax 1630 ACE da 300 CV
- Nuovo sedile con sistema Ergolock e design a scalini
- Esclusivo pacchetto Limited comprendente copertura per moto d'acqua
- Stiva anteriore più cestello portaoggetti rimovibile a tenuta stagna
- Motore sovralimentato con intercooler
- Cilindrata: 1.630 cc
- Sistema di raffreddamento a circuito chiuso (CLCS)
- Sistema di retromarcia ibrida elettronico
- Motorino di avviamento: elettrico
- Tipo carburante: 87 ottani – minimo 91 ottani – consigliato
- Rotax da 1.630 cc a 4 tempi con quattro valvole per cilindro
- Sistema itc (Intelligent Throttle Control): consente di avviare l'imbarcazione in folle facilitando l'uscita e partenze dalla banchina
- Icontrol Learning Key: programmabile consente di limitare le prestazioni della moto d'acqua in base alla competenza del conducente
- Scafo S3 Hull, a scalini, stabile e solido. Il design a scalini riduce la resistenza e ti tiene attaccato all'acqua
- Cestello portaoggetti rimovibili a tenuta stagna
- Inclinazione dello sterzo: 4 angoli di sterzo regolabili per il massimo comfort
- Sterzata Assistita Ad Accelerazione Zero (O.T.A.S.)

Da 19.699 euro





Yamaha - FX Cruiser High Output

Il modello FX Cruiser è un vero e proprio balzo in avanti nella qualità e nelle prestazioni. Ogni dettaglio è pensato per rendere il tempo trascorso in acqua il più divertente e rilassante possibile. Una sferzata omogenea di potenza erogata dal motore 1812 cc HO, è seguita da una piacevole sensazione di sicurezza fornita dal controllo intuitivo del rivoluzionario sistema RiDE e la rassicurante manovrabilità dello scafo leggero in NanoXcel. La scoperta delle eccellenti caratteristiche continua con il sistema di accelerazione elettronica, il controllo della trazione in retromarcia e il sistema di sicurezza a distanza, nonché lo sterzo regolabile, la plancetta di poppa più ampia, la sella cruiser a 3 posti e le bitte a scomparsa. Insomma, il piacere di guida entra in una nuova dimensione.

SCHEDA PRODOTTO

- Motore da 1812 cc a elevata potenza con sistema EFI
- Rivoluzionario sistema RiDE per un controllo intuitivo
- Scafo e coperta in NanoXcel® leggeri e resistenti
- Doppia sella cruiser per 3 persone
- Strumentazione elettronica di facile lettura
- Funzione Cruise Assist, modalità No Wake e trim elettrico
- Il primo sistema di sicurezza a distanza con Low-RPM Mode™
- Retromarcia elettronica con controllo della trazione
- Indicatore per F-N-R (avanti-folle-retromarcia), RiDE e trim elettrico
- Esclusivo sistema di sterzo a inclinazione regolabile in 4 fasi
- Bitte a scomparsa, gradino di poppa e doppie maniglie di risalita
- Ampio bagagliaio e vani a tenuta stagna

Da 18.300,00 euro







Ha fatto davvero tanto rumore la nascita di Terna, il nuovo Consorzio voluto e fondato da A.Capaldo, Frascchetti Group e Viglietta Group, e coordinato da Andrea Lenotti. Ma le nuove generazioni che già operano nelle aziende di famiglia, come vedono questa iniziativa?

DIAMO I NUMERI

Ecco i dati aggregati dei tre distributori all'ingrosso fondatori di Consorzio Terna

3	società di distribuzione all'ingrosso
276	milioni di euro di fatturato
95%	di copertura del territorio italiano
18.860	clienti gestiti
64.000	referenze a magazzino
253	agenti
633	dipendenti
264.000	mq di magazzini coperti

I giovani di Terna, *cosa ne pensano?*

Alla presentazione ufficiale al mercato, a Milano il 10 maggio, nella sala gremita c'erano proprio tutti: alla presenza di ben più di 100 ospiti, tra colleghi della stampa, operatori della distribuzione e aziende produttrici, le tre

famiglie Capaldo, Frascchetti e Viglietta erano al gran completo.

Ad attirare (in particolare) la nostra attenzione, oltre naturalmente alla cosa in sé, che già da sola merita un'attenta riflessione, la presenza attiva delle nuove generazioni dei tre grossisti fondatori di Terna. Sì, perché in realtà è proprio al cambio generazionale che abbiamo immediatamente





pensato, non appena venuti a conoscenza di questa iniziativa. Iniziativa, diciamo, proprio inaspettata, in un mercato assai statico e tendenzialmente individualista come il nostro.

Così, passata l'euforia del momento, abbiamo voluto incontrare i giovani delle famiglie Capaldo, Frascchetti e Viglietta, per raccogliere le loro testimonianze, a proposito di Terna, ma non solo.

Roberto Viglietta, è figlio di Matteo, impegnato nell'attività commerciale e nel coordinamento di alcune aree degli acquisti per l'azienda di famiglia.

iFerr: Roberto lei è la terza generazione di Viglietta. Era preparato a un salto di questa portata, dalla sua azienda di famiglia?

R.V.: Devo essere sincero: no! La nostra è una realtà dinamica. Le decisioni le prendiamo velocemente, le cose o si fanno o non si fanno. Però certamente a questa novità non ero preparato. Nel giro di un paio di mesi abbiamo pensato progettato e costruito il tutto. È stato un po' come un fulmine a ciel sereno!

iFerr: Un bel fulmine?

R.V.: Un gran bel fulmine, non c'è che dire! Una decisione lampo che ci ha dato una nuova carica di energia.

iFerr: Lei condivide pienamente la strategia della condivisione?

R.V.: Certamente, a mio avviso questa è l'unica strada per guardare al futuro con rinnovato ottimismo. Per noi, che siamo le nuove generazioni, l'individualismo rappresenta un ostacolo alla crescita.

iFerr: Condivisione sì, ma con giudizio però, vero?

R.V.: Condivisione non vuol mica dire rinuncia alle proprie identità, anzi! In Terna vogliamo semplificare la gestione delle questioni di fondo, per lasciare maggiore spazio di crescita e evoluzione alle nostre aziende.

iFerr: A suo avviso non sussistono motivi di conflittualità, tra di voi?

R.V.: Conflittualità di che genere? Noi siamo tre realtà

molto equilibrate e simili per dimensioni, volumi di vendita e impostazione del business. Al contempo abbiamo anche delle evidenti diversità organizzative, strutturali e commerciali, alle quali non abbiamo nessuna intenzione di rinunciare. Noi siamo e resteremo sempre dei concorrenti, sul mercato e a proposito di vendite. Terna non vuole mica essere una fusione societaria! Un conto è essere concorrenti, punto e basta. Un altro è essere buoni, concorrenti. Ecco, noi vogliamo essere nella seconda categoria.

iFerr: Tutto questo come è stato recepito, dai vostri collaboratori?

R.V.: Non nascondo che in prima battuta un qualche scompiglio lo abbiamo creato. Soprattutto gli agenti hanno temuto la questione delle vendite, hanno avuto paura di una perdita di mordente commerciale sui clienti. Poi, una volta avuto modo di comprendere meglio il progetto, i timori sono svaniti ed è rimasta la curiosità. Perché certamente molti sono gli aspetti che non abbiamo potuto sviscerare, in pochi giorni dalla prima presentazione.

iFerr: Pare chiaro comunque che Consorzio Terna voglia occuparsi prima di tutto di acquisti?

R.V.: Esattamente. Acquisti di prodotti e servizi. Le nostre realtà insieme costituiscono una forza importante, per ottimizzare le risorse in alcuni aspetti dei nostri business.

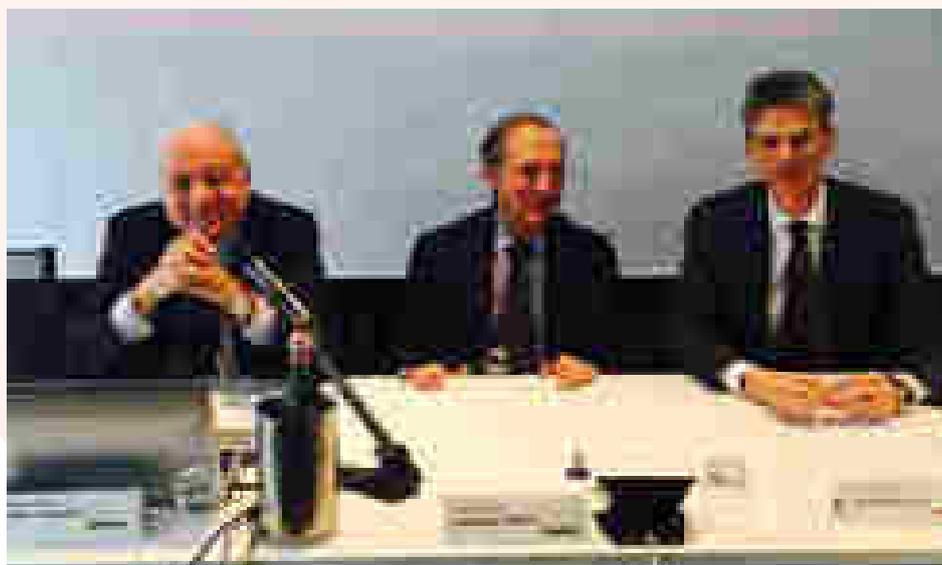


Sergio Capaldo, figlio di Gian Paolo, è business unit manager in A.Capaldo, storica azienda di famiglia.

iFerr: Sergio lei come vede questa Terna d'eccellenza?

S.C.: Io la vedo benissimo! Tanto per cominciare perché il confronto con i colleghi è davvero prezioso.

iFerr: Questo vale anche se si tratta di colleghi e concorrenti?





S.C.: Certo. Noi siamo tre realtà concorrenti, quando si tratta di mercato e vendite. Abbiamo sovrapposizioni geografiche anche importanti tra noi. In particolar modo noi e Fraschetti; ma questo non è un segreto, e nemmeno un problema.

iFerr: Come fa a non rappresentare un problema?

S.C.: Semplice: perché essere concorrenti non vuol mica dire essere nemici! E Consorzio Terna è nato per ottimizzare le attività non concorrenziali. Tutto il resto rimane invariato. Anzi, tutto il resto può solo migliorare, grazie alla costituzione di questo nuovo soggetto congiunto e condiviso.

S.C.: Ci spieghi meglio, per piacere...

Volentieri. Fare gruppo a monte, aiuta a esprimersi con maggior forza a valle. E di sicuro la nostra concorrenzialità ne uscirà rafforzata.

S.C.: Nessuna diffidenza quindi da parte di collaboratori e fornitori?

Diffidenza non lo so, certo qualche timore iniziale non è mancato, soprattutto da parte dei nostri collaboratori commerciali. Poi però, una volta compreso il progetto, è rimasta solo la voglia di saperne di più. D'altro canto questo gruppo era assolutamente necessario.

S.C.: Perché lo considera necessario?

Per il futuro delle nostre aziende. In questo mercato non si va più avanti, da soli. Bisogna avere il coraggio di fare sistema. Senza rinunciare alla propria identità, è chiaro, ma con la determinazione di aprire le porte alle novità e all'innovazione.

Federico Fraschetti, figlio di Franco, da alcuni anni è operativo nel management di Fraschetti, dove segue a tutto tondo il business di famiglia.

iFerr: Federico, ma davvero lei non ha dubbi sulla costituzione di un'alleanza strategica con uno storico concorrente come Capaldo?

F.F.: Assolutamente nessun dubbio! Non è più tempo di individualismi sterili. Il futuro

delle nostre aziende è nella condivisione di tutto ciò che è condivisibile. Poi è chiaro, la concorrenza è concorrenza. Ma sa quanto è più facile affrontare il mercato, se si hanno le spalle più grandi e forti?

iFerr: Quindi insieme negli acquisti ma divisi nelle vendite?

F.F.: Questo è lo spirito di Terna. D'altro canto, nei matrimoni ben riusciti, condivisione non significa mica annullamento delle rispettive personalità. Anzi, vuol dire integrazione e interazione ma nell'assoluto rispetto di ciascuno. Questo in Terna è possibile perché le nostre tre aziende di fatto sono molto equilibrate tra loro, a proposito di dimensioni e strutture.

iFerr: È escluso quindi che in Terna entrino altre realtà distributive?

F.F.: In questo momento è decisamente escluso. Anche perché adesso abbiamo davvero tanta necessità di conoscerci, di rodare la nostra attività. Condividere presuppone tanta fiducia reciproca: il percorso è piuttosto lungo e oneroso. Essere in tre agevola il raggiungimento dei risultati.

iFerr: Mentre in futuro, è possibile che Terna apra la porte ad altri colleghi?

F.F.: Per carità, mai dire mai. È stato accennato anche in conferenza stampa dal nostro coordinatore Andrea Lenotti. In futuro, se il mercato dimostrerà che sono necessarie nuove riflessioni, da parte nostra, queste riflessioni non mancheranno. Ma ora è prematuro sotto tutti i punti di vista.

iFerr: Quali reazioni a caldo avete registrato, a proposito di Terna?

F.F.: Il mercato ha ancora necessità di metabolizzare la notizia, questo è poco ma sicuro; però devo dire che, tolti i primi timori di tipo commerciale emersi da parte di alcuni collaboratori e fornitori, nel complesso si è colta l'essenza, di questo nuovo soggetto. E in molti hanno anche già saputo porre l'accento sulle importanti potenzialità di crescita che ne scaturiranno.

APFER EXPO 2016

IL MIGLIOR APFER EXPO DI SEMPRE

IN COLLABORAZIONE CON



APFER

COMMERCIO ALL'INGROSSO FERRAMENTA

www.apfer.it



CHIUSURA FORI



PROTEZIONI FILETTI



CHIUSURA TUBI



VITI E ARTICOLI PER IL FISSAGGIO IN PLASTICA



ACCESSORI TUBI E ARREDO



PROTEZIONE PER IMBALLAGGI



ASSEMBLAGGIO



Dal 1948
HU **firma**[®]

LA QUALITÀ SEMPRE AL LAVORO

C'È!

Dal 1948. E la storia continua...

info.giffirma.com

Approfondimenti

I casalinghi tornano *in ferramenta...*





...e lo fanno con successo. Dopo alcuni anni di ostracismo, gli articoli per la casa ritornano nella filiera lunga tecnica della ferramenta e utensileria. Complice la situazione di mercato, e l'evolversi della situazione distributiva.

Icorsi e ricorsi della storia valgono per le grandi imprese, ma evidentemente non solo. L'analisi puntuale del nostro mercato di riferimento ci dimostra come anche nel nostro piccolo lo stato dell'arte vada e venga e periodicamente torni al suo stato iniziale, con la medesima classica struttura sinusoidale. Così, negli anni abbiamo visto andare e tornare merceologie dagli assortimenti, servizi dai punti vendita, marche dalle insegne, in un tira e molla che talvolta si fatica a comprendere.

Come per i prodotti casalinghi ad esempio. Alle origini della distribuzione di ferramenta infatti, i casalinghi erano nell'offerta strutturata e strutturale dei punti vendita, che di fatto fungevano da veri e propri bazar con di tutto un po'. Poi, a partire dalla fine degli anni settanta, la svolta: le ferramenta vogliono porre l'accento sulla loro vocazione tecnica, e soprattutto nel centro-nord Italia puntano su assortimenti qualificati, snobbando di fatto quei prodotti considerati troppo femminili, e quindi poco coerenti con la neonata esigenza di una connotazione tutta al maschile.



COSA È CAMBIATO?

- **Si cucina sempre meno, nonostante la moda dilagante dei programmi televisivi;**
- **Si sta in casa sempre meno;**
- **Ci si dedica alla casa sempre meno.**

Così oggi le nuove generazioni la lista nozze se la fanno in agenzia viaggi, e i casalinghi li vogliono poco costosi e facili da reperire. Ecco perché questi prodotti, nella fascia media, funzionano benissimo nella distribuzione di ferramenta di prossimità.

Nel frattempo i casalinghi trovano vie diverse, in filiere più legate al panorama della decorazione della cucina e delle donne. È il tempo della *Milano da bere*, tutto va bene, il mercato è ricco e la grande distribuzione si sta affacciando all'orizzonte ma ancora non fa paura e non sovverte le regole del gioco.

Ma già verso la fine degli anni novanta la musica cambia ancora: la distribuzione è in subbuglio, le dinamiche di acquisto stanno cambiando radicalmente e anche le abitudini personali e quelle familiari, non sono più le medesime. I punti vendita specializzati in casalinghi fanno fatica a trovare una loro collocazione. Quelli più qualificati puntano in alto, al top di gamma, gli altri man mano sono costretti a chiudere. E i prodotti basici invece, approdano prepotentemente in grande distribuzione, in quella specializzata soprattutto.

I giochi sembrano fatti, la situazione stabilizzata e... invece no! perché per GD e GDO ben presto si rendono conto che gli assortimenti non food sono troppo complessi da gestire, non rendono abbastanza, non ruotano abbastanza. Così ben presto i casalinghi si trovano di nuovo senza



patria. E dove vanno a cercare nuova collocazione? Ma in ferramenta naturalmente! Tornano a casa insomma, e vengono anche ben accolti, perché nel frattempo anche la situazione di questa filiera sta mutando, e aprire (riaprire, in realtà) a merceologie più legate al mondo femminile fa bene, anche al business delle ferramenta.

A questo punto, una domanda non può che sorgere spontanea: qual è la situazione attuale, dei prodotti casalinghi in ferramenta?

A risponderci, **Luca Pezzotta**, amministratore delegato di TreP, azienda specializzata in importazione e commercializzazione di prodotti casalinghi.

iFerr: Pezzotta ma voi quali canali distributivi seguite?

L.P.: Noi di fatto siamo organizzati con due strutture commerciali differenti, una dedicata alla grande distribuzione e l'altra alla filiera lunga e al dettaglio tradizionale.

iFerr: Quindi avete ben chiara la situazione dell'intero panorama distributivo?

Visto dai Buyer



Michele Raselli
Direttore Commerciale
Machieraldo

Abbiamo parlato con Michele Raselli, direttore commerciale di uno dei grossisti italiani più performanti a proposito della tendenza che vede lentamente riavvicinarsi il mondo della ferramenta a quello dei casalinghi.

iFerr: Voi siete stati i primi ad aver scommesso sulla possibilità di far coesistere in unico magazzino le due categorie merceologiche della ferramenta e dei casalinghi. Ci parla della

vostra scelta e di cosa succederà in questa fetta di mercato?

M.R. Il settore casalinghi ricopre una parte molto modesta del settore ferramenta, però il nostro catalogo casalinghi è specializzato su negozi di casalingo puro, trattiamo marchi premium tipo Foppapedretti, Barazzoni, Tognana... marchi difficilmente distribuibili in un negozio di ferramenta. Ma noi abbiamo comunque perseguito la strada dei casalinghi poiché sono rimasti pochi gli operatori nel settore e abbiamo intravisto in essa una strada di crescita.

IN REPARTO

Un reparto di casalinghi in ferramenta, per essere completo dovrebbe comprendere tutti questi prodotti, per un'esposizione di circa 5 metri lineari e un investimento medio di primo impianto che si aggira intorno ai 10.000 euro. Naturalmente sia gli spazi che l'investimento sono da considerarsi modulati.

- 1 linea di padelle antiaderenti
- 1 linea di contenitori salva vivande in plastica
- 3 caffettiere per le tre misure più diffuse
- 3 piccoli pentolini per la bollitura di liquidi
- Assortimento completo di gadget vari (apriscatole, apribottiglie, mestoli etc...)
- Bicchieri in vetro, sia da acqua che da vino
- Piatti di portata e un assortimento basilico di piatti da tavola in ceramica o vetro
- Set di posateria in acciaio con manico colorato in plastica
- Assortimento di accessori da cucina in plastica (colapasta, oliere etc...)
- Prodotti monouso di carta e/o plastica
- Assortimento completo di prodotti per la pulizia (1 scopa, 1 spazzettone, 3 dimensioni di secchi, stracci etc...)

DA NON DIMENTICARE

Vendere casalinghi non richiede particolari competenze, da parte del personale commerciale addetto. Ha però necessità di spazi espositivi molto ben curati. Perché questo reparto, per sua stessa natura e vocazione, prospera meglio se bello, ordinato, e in posizione strategica per visibilità.

Approfondimenti



Luca Pezzotta
Amministratore delegato TreP

L.P.: Per quanto concerne i nostri prodotti, mi sento di dire di sì, conosciamo piuttosto bene le nostre filiere di riferimento.

iFerr: Allora ci racconti: come è strutturata la distribuzione di questi prodotti ad oggi?

L.P.: In questo momento è in fermento. Perché

GD e GDO stanno riducendo drasticamente tutti gli assortimenti di prodotti non food, e i dettaglianti specializzati fanno fatica a sopportare l'urto della crisi. Così, per i casalinghi di medio livello, la vita non è semplice!

iFerr: Ma voi non sembrate soffrire la situazione!

L.P.: In realtà no, perché di fatto abbiamo trovato proprio nella filiera distributiva lunga della ferramenta, un ottimo veicolo commerciale per i nostri prodotti.

iFerr: Quindi è proprio vero: i casalinghi sono tornati alla ferramenta?

L.P.: Esatto! E la ferramenta è tornata ai casalinghi! Evidentemente questo binomio funziona.

iFerr: Ma la ferramenta non aveva nel frattempo scelto di prediligere la sua vocazione tecnica e maschile?

ZIRCO CER inox // RAPTOR

 MASSIMA AGGRESSIVITÀ
E VELOCITÀ DI ASPORTAZIONE

 **RIFLEX**
TOP QUALITY ABRASIVES

scopri di più su riflex.it



Effettivamente è così, ma i tempi e le situazioni cambiano. Anche la ferramenta ha avuto necessità di rivedere l'impostazione degli assortimenti e la selezione dei propri target di riferimento. E poi è chiaro: quando si aprono nuove opportunità commerciali i commercianti più attenti sono disposti a rimettersi in discussione. Ed è questo che è successo. GD e GDO hanno ridotto esposizioni e assortimenti nel reparto casalinghi, lasciando ad altre filiere spazio di manovra.

iFerr: Allora veniamo al sodo: come dovrebbero gestire il reparto casalinghi, i punti vendita di ferramenta?

L.P.: Con cura e attenzione, perché il reparto se ben gestito rende e dà una bella connotazione e visibilità, al punto vendita.

iFerr: Ma quali spazi si dovrebbero dedicare al reparto?

L.P.: Naturalmente spazi e assortimenti cambiano a seconda delle dimensioni del punto vendita. Il mio consiglio è di non rinunciare mai a un minimo assortimento, anche su un solo metro lineare. Se ne ricaveranno comunque delle belle soddisfazioni.

iFerr: Possiamo ipotizzare delle dimensioni ideali per il nostro reparto?

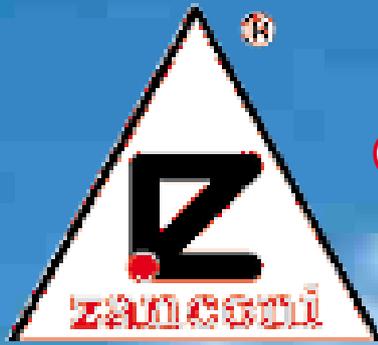
Diciamo che 5 metri lineari di esposizione consentono di creare un'offerta davvero completa



e significativa. Ciò non vuol dire però, che solo con questi spazi si possano effettivamente realizzare dei buoni risultati commerciali. Il consiglio che mi sento di dare alle ferramenta è uno, prima di tutto: selezionate con cura i vostri fornitori, non tanto sulla base degli sconti e dei pagamenti, quanto piuttosto in virtù della consulenza e del supporto commerciale che possono garantirvi. Sono questi gli elementi discriminanti, di cui tener conto davvero.

iFerr: Perché secondo lei è la scelta del fornitore a fare la differenza?

L.P.: Perché siamo noi ad avere il polso della situazione, a poter consigliare il rivenditore a proposito di assortimenti rotazioni mix di prodotto e remunerazione del lineare. E siamo noi ad avere strutture e competenze atte a sviluppare bene tutte le attività di comunicazione sul punto vendita. Insomma, se un rivenditore sceglie bene il suo fornitore, può davvero ottenere il massimo dal suo reparto!



QUALITÀ PRATICITÀ
FANTASIE COLORI



vetrofanìa & vetrostatica



plastica adesiva



tappeti espansi



pavimenti



zerbini & tappeti



tovagliati

zanconi s.r.l.

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

MASTERCLEAN DI ARIX

MasterClean di Arix è un prodotto completo per la pulizia, ottimo per efficacia e durata: spugne molto morbide e assorbenti, fibre abrasive anti-grasso, pagliette in filo plastico 100% riciclabile e antigraffio. Inoltre posseggono un esclusivo trattamento contro i batteri, forme ergonomiche, glitter e decori.
www.arix.it



STENDIBIANCHERIA PEGASUS 180 MAXX DI LEIFHEIT

Pegasus 180 MAXX è lo stendibiancheria su cui si asciuga anche il bucato XXL in modo pratico, senza toccare il pavimento e senza pieghe ravvicinate. Infatti Pegasus 180 MAXX offre moltissimo spazio sia in altezza che in larghezza. Nella confezione sono inclusi due supporti salvaspazio per appendere velocemente piccoli indumenti come calze e slip. Grazie alle sue barre d'asciugatura rivestite in polvere, Pegasus 180 MAXX si adatta agli ambienti interni ed esterni in cui risulta sicuro e stabile anche in presenza di vento. La durata della garanzia è di 3 anni. Dimensioni da aperto: larghezza 55 cm x lunghezza 196 cm x altezza 108 cm (altezza alette da terra 128 cm). www.leifheit.com



HELPEY SCALETTA PIEGHEVOLE DI F.LLI DEL FABBRO

Scaletta pieghevole realizzata in faggio massello, utile e pratica in casa grazie al minimo ingombro. Assemblata con viti zincate e colla D3 per esterni, con gradini con sezione mm.65x20 spessore, con fresata antiscivolo, catenella di sicurezza anti apertura, verniciatura trasparente protettiva, e feltrini antiscivolo in dotazione.
www.delfabbro.com



KIT CERAMICA DI FILA

Il kit contiene oltre ai 3 prodotti, una spugna abrasiva per il lavaggio dopo posa e una guida ricca di informazioni specifica per conoscere i prodotti contenuti nel kit e tutti gli altri prodotti Fila. Si lava la superficie con Deterdek, l'ideale per rimuovere i residui della posa effettuata sia con fuga cementizia che additivata, si protegge la superficie con Fugaproof, antimacchia ecologico. Per la pulizia quotidiana di tutte le superfici, anche le più delicate si lava con Filacleaner, detergente neutro. www.filasolutions.com

DIAMOCI UN TAGLIO... PER UN VERDE PERFETTO



Il verde è il colore
della vita e della
sostenibilità.



Viglietta Group
S.p.A. - Via S. Maria, 10 - 37060
Verona - Italy
www.viglietta.com

VIGOR
S.p.A. - Via S. Maria, 10 - 37060
Verona - Italy
www.vigor.com

WILSON
S.p.A. - Via S. Maria, 10 - 37060
Verona - Italy
www.wilson.com

FT
S.p.A. - Via S. Maria, 10 - 37060
Verona - Italy
www.ft.com

SCOPA ELETTRICA CICLONICA DI BEPER

Il prodotto di Beper è una scopa elettrica e insieme aspira briciole, con contenitore raccogli polvere trasparente e removibile, senza sacchetto e con avvolgicavo. Livello di rumore ≤ 80 dBa. www.beper.com



SQUIZZO VETRI MICROFIBRA DI REAPEX

Sistema lavavetri con panno 100% microfibra, gomma e manico allungabile, ideale sia per la casa sia per l'auto. Il panno rimuove facilmente sporco e macchie di pioggia, inoltre è sfilabile, lavabile in lavatrice e sostituibile. La gomma aderisce perfettamente ai vetri e garantisce un'asciugatura perfetta senza righe e aloni. Il manico telescopico permette di raggiungere anche le finestre poste più in alto senza scala, e di essere usato per la pulizia dei parabrezza di auto, furgoni e camion. Il manico è removibile, e la testa, grazie all'impugnatura ergonomica, può essere utilizzata separatamente per la pulizia di box doccia, piastrelle e interni dei vetri auto. www.reapex.com

SALVASPAZIO OWL DI D&CASA BY GICOS

È la soluzione ideale per riporre qualsiasi oggetto in spazi chiusi come armadi o cabine armadio. Il tessuto TNT è resistente e si adatta a qualsiasi spazio e si può montare e riporre in modo facilissimo. I ripiani hanno fondo rigido che garantisce stabilità ed evita che la struttura si deformi sotto il peso degli elementi riposti. La struttura salvaspazio verticale possiede una pratica striscia di velcro che vi permette di appendere gli oggetti riposti alla sbarra attaccapanni di armadi o cabine armadio. www.gicossrl.com



LAVATOIO MONGARDI

New entry nella gamma prodotti Mongardi, design moderno caratterizzato da linee nette e squadrate, facile da montare, capiente e molto resistente con vasca in polipropilene. Fruibile sia all'interno che all'esterno dell'abitazione. www.mongardi.com





www.ferramentaportale.com

www.iferr.com

www.iferr.it

www.iferronline.it

www.iferronline.com

Siamo sen



Tanti indirizzi, ma un solo successo:

il Vostro!

mpre Noi!

 iFerr online

+ di 20.000 Visualizzazioni

+ di 5.000 Nuovi utenti

+ 60% Nuove sessioni in una settimana

Stefano Tilli - Marco Polo

“Ottima riuscita del convegno ERSI, una formula vincente per migliorare la qualità e professionalità del nostro settore”

Giuseppe Pozzi - CISA

“Un incontro che ha tutte le potenzialità per diventare l'evento di riferimento per incontrare gli esperti della sicurezza.”

Ivo Poletto - Parmakey

“Una manifestazione nata in sordina che si è rivelata veramente sopra le aspettative. La presenza di tante persone interessate al nostro mondo, suggerisce la necessità di creare un nuovo punto d'incontro che riguardi specificatamente il nostro settore. ERSI è il soggetto più adatto a gestire tale evento.”

Convegno 2016 un grande successo!

Nella bellissima cornice del Savoia Hotel Regency, gli esperti e i professionisti della sicurezza provenienti da tutta Italia si sono riuniti per due giorni di incontri, confronto, formazione e informazione.

“Siamo contenti - ha dichiarato Rocco Fusillo, presidente Ersi - perchè l'intuizione di far evolvere la nostra assemblea annuale in qualcosa di più, è stata capita e apprezzata”.

Altissimo il profilo dei partecipanti, professionisti provenienti dal settore interessati alle novità presentate dalle aziende sponsor. L'accesso al convegno e all'area espositiva, consentito oltre ai soci ERSI, anche agli addetti del settore sicurezza, a serraturieri e tecnici di casseforti, a distributori, consulenti e addetti ai servizi di sicurezza di banche e enti governativi, ha portato la partecipazione di oltre cinquecento professionisti. Molte le novità presentate dalle aziende, sempre impegnate sul fronte dell'innovazione, e molto interessanti i se-

Carlo Bonori - Viro

“L'unico ritrovo italiano per veri specialisti in sicurezza, da non mancare!”

Marco Malighetti - Securemme

“Ottima organizzazione, ottima affluenza, ottimo rapporto costi/benefici.”

Massimo Bianchi - Keyline

“Aziende ed operatori della sicurezza uniti per affrontare il futuro del nostro paese, elevando la sensibilità per il mestiere del serraturiere e del duplicatore di chiavi.”

Massimiliano Canese - Canese

“Manifestazione riuscitissima. Auspichiamo più espositori del settore in modo da creare una filiera più attraente.”

Francesca Dal Bo - Silca

“Un’occasione unica di incontro per i professionisti di settore e per le aziende, utile per confrontare le rispettive esperienze, visioni e richieste del mercato.

Un evento interessante anche perchè aperto allo scambio per chi vive, ogni giorno, le evoluzioni del nostro settore.”

Andrea Monteleone - SimonsVoss

“Il piacere di ritrovarsi tra operatori di un settore in costante crescita ed evoluzione, dove l’interesse e la curiosità per i dispositivi digitali erano altissimi.”

Federico Fenini - Iseo

“Apprezzato evento tecnico, d’incontro e confronto, con interessata affluenza di “tecnici-operatori”, preparati e competenti. Migliora l’evoluzione del comparto.”

Marino Arzilli - Specialchiavi

“Presenza di molti giovani estremamente positiva per il settore.”

Antonella Del Sole - ASSA ABLOY Italia

“Grande adesione e interesse, opportunità di incontro e condivisione unica con nuovi e vecchi clienti e amici. Un vero successo.”

minari tecnici a cui hanno partecipato moltissimi visitatori. Durante il convegno si è svolta la seconda gara di apertura di cilindri e lucchetti, intitolata quest’anno alla memoria di Luciano Vianelli recentemente scomparso. Gli esperti manipolatori si sono scontrati in un susseguirsi di round nei quali hanno potuto dimostrare la loro abilità nell’aprire cilindri e lucchetti con i grimaldelli.

Bravissimi tutti, ma soprattutto alcuni giovani partecipanti che non si sono certo fatti intimidire dai Maestri. Positivi i riscontri avuti dagli sponsor e dai visitatori che lasciano ben sperare in una prossima edizione ancora più interessante e ricca di occasioni di confronto e crescita professionale.

“Stiamo già pianificando il Convegno 2017 - ci ha confidato Lucia Casiraghi - e siamo certi che la partecipazione sarà ancora maggiore, sia da parte delle aziende che da parte dei visitatori”.

I risultati di questo convegno parlano chiaro e confermano che gli sforzi che Ersi ha fatto per diventare un punto di riferimento del settore, non sono stati vani.

“Mi piace pensare- ha proseguito Lucia Casiraghi - che

i soci fondatori di Ersi sarebbero fieri di noi: che abbiamo realizzato un’ulteriore occasione durante la quale aziende e professionisti si sono incontrati per migliorarsi e migliorare la qualità di ciò che offrono”.

Formazione, collaborazione e confronto sono ciò che fin dall’inizio ha caratterizzato l’associazione che ha sempre rappresentato un punto di incontro importante tra serraturieri professionisti, aziende e utenti finali.

E proprio Vito Di Leo, che ha ricevuto a Bologna il riconoscimento Ersi di socio benemerito, nel suo discorso di ringraziamento ricorda lo spirito con cui è nata l’associazione: il confronto e la collaborazione per la



crescita e la professionalità del nostro settore. "In Ersi – ha affermato Vito - dobbiamo respirare il profumo che permeava l'aria quando i grandi personaggi, coloro che hanno fatto la storia della sicurezza in Italia, sedevano dove oggi sediamo noi. Il lavoro di serraturiere è un lavoro particolare, che richiede impegno assiduo, voglia di migliorarsi e soprattutto riservatezza".

Dunque un richiamo a migliorarsi e a crescere che farà da sfondo per le attività future dell'associazione e per l'edizione 2017 del convegno

E Rocco Fusillo ha concluso: "Un ringraziamento va sicuramente agli sponsor che hanno sostenuto il convegno, che con la loro presenza hanno trasformato l'evento nell'unico ritrovo italiano per veri specialisti in sicurezza passiva".

Giovanni Pavan - Sertec

"Esito della manifestazione senza dubbio soddisfacente e gratificante. Organizzazione impeccabile."

Manuela Dal Fabbro - Disec

"L'idea di aprire la visita anche a operatori esterni è molto interessante e farà avvicinare tanti specialisti a ERSI."

Aldo Casiraghi - Sicur Gen

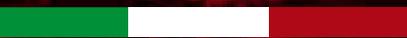
"Una bella vetrina, con il meglio della sicurezza italiana offerto ai migliori serraturieri professionisti."

Massimo Ciucci - Evva Italia

"Qualità sia degli espositori che dei visitatori. Consideriamo questo evento l'appuntamento più importante dedicato ai veri professionisti"



MADE IN ITALY



PRODOTTI E SOLUZIONI INTELLIGENTI PER SODDISFARE OGNI ESIGENZA



PASSIONE STRAORDINARIA

**RACCORDI | RUBINETTI
VALVOLE | TUBI | FRL
accessori per aria compressa**

Oltre 3.000 articoli. Più di 150.000 pezzi prodotti in 50 anni. Soluzioni brevettate, innovazioni esclusive, tecnologie di raccordo e connessione per l'industria. Una vasta gamma di pistole di soffiaggio, una linea di pistole per sigillanti per ogni esigenza, sistemi di filtraggio e regolazione di pressione per impianti e sempre nuovi accessori per soddisfare numerosi campi d'applicazione.



L'automotivazione *Positiva*

**Come raggiungere lo stato emotivo indispensabile per conseguire i nostri obiettivi di vendita.
Come coltivare i tre fattori chiave del successo nella vendita: desiderio, concentrazione, perseveranza.
Dieci suggerimenti per sviluppare una motivazione positiva.**

Cambiare fa paura?

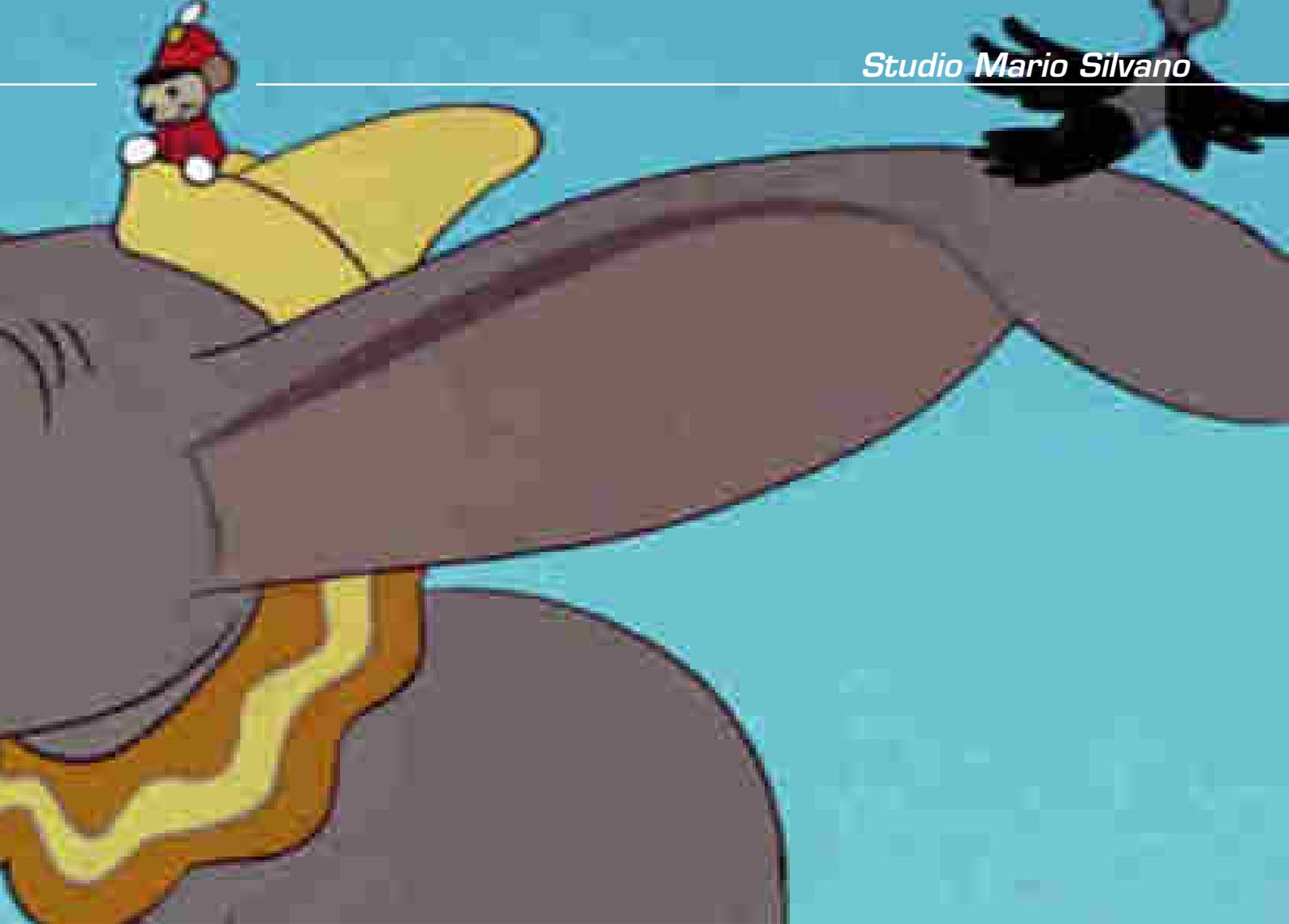
Cambiamento, trasformazione, evoluzione: non è forse questa l'essenza stessa della vita e della storia dell'uomo? Eppure, il cambiamento genera spesso un senso di timore e di ansia. Le persone si arroccano su posizioni note ed acquisite per paura del rischio, della sconfitta o del confronto con gli altri. Cambiare è più una necessità che una scelta: che noi lo accettiamo o no, la vita è un susseguirsi continuo di situazioni inedite e di sfide da affrontare. Chi si apre a questa dimensione dinamica dell'esistenza è una persona

vincente, chi invece si chiude in se stesso e non dà credito alle proprie possibilità è un perdente. Il motto del vincente è: *"Voglio e posso"*, mentre quello del perdente recita: *"Dovrei, ma non posso"*.

Qualcuno ha anche detto: *"I vincenti si arrestano davanti ai desideri, ma non davanti ai limiti"*. I vincenti infatti sono coloro che vogliono migliorare, superarsi e superare.

Ma che cosa rende una persona vincente?

Tutto ciò che facciamo di positivo o di negativo, intenzionalmente o no, è il risultato della nostra motivazione. Ciascuno di noi ha la propria motivazione, debole o forte, negativa, o positiva. Si



è a lungo creduto che la motivazione fosse qualcosa di esteriore che si potesse inculcare negli individui a forza di incoraggiamenti, corsi, sermoni o quant'altro. Ma si è ormai convinti che questa sia manipolazione, non certo formazione dell'uomo. Tutte queste operazioni sono sempre interessanti, ma funzionano soltanto se l'interessato *vuole*. Ecco il segreto. Il cambiamento delle regole non si realizza se non quando il bisogno è compreso ed assimilato dal soggetto che deve cambiare. Finché la ricompensa e l'incoraggiamento non vengono interpretati ed assimilati, la motivazione indotta resta nulla.

Chi sceglie di fare il venditore-consulente non può permettersi di "bluffare" con se stesso: deve impegnarsi piuttosto seriamente e con molta franchezza a conoscersi realmente e profondamente. Deve letteralmente investire del tempo nell'autoanalisi personale e nell'autoformazione professionale. Deve essere, insomma, una persona che vuole mettersi in gioco e vuole vincere, nel senso di essere capace di sviluppare pienamente tutte le sue potenzialità nella vendita.

PAURA E DESIDERIO

I vincenti possiedono una forte motivazione positiva. Sono capaci di andare dove vogliono, di giocare il ruolo che hanno scelto e tollerano soltanto poche distrazioni. La loro forza interiore li spinge ad esprimere completamente il loro potenziale. Due sono le emozioni chiave che dominano la motivazione dell'uomo, con risultati opposti ma di eguale efficacia: la paura e il desiderio. La paura è la più potente delle motivazioni negative. Il grande inibitore. La paura verso una particolare situazione di vendita rinchioda, crea il panico e infine demolisce piani ed obiettivi. Quanto al desiderio di raggiungere importanti obiettivi di vendita, è come un amante potente e positivo. Esso attira, apre, dirige, incoraggia piani ed obiettivi.

La paura e il desiderio sono due poli che conducono a destini opposti. La paura guarda indietro, alle nostre spalle, al passato. Il desiderio contempla il futuro. La paura richiama costantemente alla nostra mente le esperienze di insuccesso nella vendita, di dolore, di disappunto, di dispiacere e ci ricorda che le stesse cose potrebbero succedere

- 1** **Cancellate** “non posso” dal vostro vocabolario. Nel 95% dei casi, potete.
- 2** **Cancellate** “provare” dal vostro vocabolario. Assumete un nuovo atteggiamento: concentratevi su ciò che volete fare, invece che su quello che provereste.
- 3** **Concentrate** tutta la vostra attenzione e la vostra energia sulla realizzazione degli obiettivi per i quali state lavorando ora. Dimenticate le conseguenze dell'insuccesso. L'insuccesso non è che un cambiamento temporaneo di direzione che ci orienta verso il prossimo successo. Non dimenticate mai che in generale otteniamo ciò a cui pensiamo con maggiore intensità.
- 4** **Fate** una lista dei cinque desideri per voi più importanti. A fianco di ciascuno scrivete il vantaggio che ne riceverete. Rileggete questa lista tutti i giorni al mattino e alla sera.
- 5** **Questa settimana** parlate con una persona che ha fatto bene ciò che voi volete fare. Trovate un esperto, procuratevi delle informazioni affidabili, apprendete tutto ciò che potete sui vincenti nel vostro campo di attività.
- 6** **Per ciascuno** dei vostri obiettivi, fate una regola di ripetervi ancora e sempre “voglio, posso”. Sviluppate un nuovo vocabolario, semplice ed affermativo per parlare di voi.
- 7** **Mettete** bene a fuoco che cosa volete ottenere quando incoraggiate gli altri e dimostrate la vostra fiducia nella loro capacità di raggiungere l'obiettivo che gli avete assegnato.
- 8** **Non lasciatevi** consigliare dalle vostre paure; non occupatevi. Aver paura è normale: siete umani. Se una di queste paure diventa un'ossessione, consultate un medico per sapere se non avete un malessere fisico. Potete anche imparare a distendervi praticando la meditazione, il training autogeno, ecc. Incontrate dei vincenti. Essi vi aiuteranno a vincere la paura.
- 9** **Quando** qualcuno vi parla dei suoi problemi, rispondete con delle soluzioni possibili. Se il problema è il vostro, concentratevi immediatamente sulla domanda: “Qual è la soluzione?”
- 10** **Concentrate** tutte le energie, senza lasciarvi distrarre, sulla realizzazione del vostro lavoro attuale. Terminate ciò che cominciate.

ancora, bloccando le nostre iniziative e il nostro cammino verso il successo. Il desiderio si alimenta delle esperienze di successo nella vendita, stimola la nostra volontà, creando nuove esperienze vincenti. Nella prigione della paura risuonano espressioni come: *devo, non posso, rischio di, vorrei*. Il desiderio, invece, dice: *voglio, posso, voglio approfittare di questa occasione, lo faccio*. Il desiderio è uno stato emozionale che agisce da ponte tra la situazione in cui ci troviamo e quella in cui vogliamo giungere. È una tensione magnetica positiva, una sorta di arco teso e pronto a scoccare la freccia al centro dell'obiettivo. La tensione negativa, creata dalla paura, genera invece stress, ansietà, malattie, ostilità; al limite può causare la psicosi autodistruttiva. Se non proviamo alcuna tensione, siamo morti oppure in pieno coma.

STRESS E POSITIVITÀ

Il grande psichiatra Viktor Frankl sostiene che non abbiamo bisogno di eliminare lo stress e la tensione, ma piuttosto di trovare un obiettivo degno del nostro stress e della nostra tensione. Mike Nichols attore e produttore di Broadway, ripete spesso: “La tensione nervosa mi dona delle energie. Essa lavora per me. Quando invece mi sento a mio agio, comincio a inquietarmi”.

Se prima di un'apparizione in pubblico o di un contatto con un cliente importante sentiamo delle “farfalle” nello stomaco, accettiamole. I vincenti rispondono positivamente allo stress della vita, come un atleta trasforma la tensione che precede la gara in una fonte di energia supplementare cui attingere per vincerla.

Uno dei segreti del successo, infatti, è concentrarsi su ciò che si vuole realizzare. I vincenti si concentrano sulle soluzioni piuttosto che sui problemi. Ogni capo dovrebbe dire ai suoi collaboratori: “Non portatemi problemi, portatemi soluzioni”.

Chi sviluppa pienamente la propria motivazione non si limita ad eseguire ordini di altri, ma si pone il problema, ricerca le soluzioni e, infine, prende una decisione. (Figura 1)

VINCERE L'INSUCCESSO

Chi ha vinto il dubbio e la paura, ha vinto l'insuccesso nella vendita. Ciascuno dei suoi pensieri si dirige con efficacia verso l'obiettivo, affrontando e superando

Figura 1





rando, una dopo l'altra, tutte le difficoltà.

Il desiderio è l'antidoto mentale della paura. Esso stimola l'attività e lo spirito, generando un sentimento di speranza attiva nell'avvenire e nelle nostre capacità.

L'inattività, invece, conduce al torpore. Pensieri bui e gonfi di problemi, come le nuvole prima di un temporale, occupano tutta la nostra mente: a forza di apparirci come l'unica realtà possibile, finiscono col diventarlo, proprio come accade a quello sciatore, talmente terrorizzato all'idea di cadere, che finì col cadere davvero. Infatti, quando diventa ossessiva, la paura fa spesso di questo scherzi. Pur di liberarci dal tormento della paura, finiamo con il provocare la cosa che temiamo.

A forza di esitare, a forza di aspettare il momento ideale, in cui non vi siano pericoli in agguato e il successo ci sembra garantito, non solo rischiamo di non agire mai, ma finiamo con il dare corpo a tutto ciò che temiamo e ci fa esitare, trasformando le nostre paure in realtà.

La stessa potenza che spinge all'azione i vincenti, è la motivazione che risiede anche in noi stessi. È un fatto dimostrato che il successo non è riservato ai più intelligenti, ai più dotati, o ai più ricchi. Nemmeno ai più abili. Il successo dipende pressoché esclusivamente dal nostro desiderio, dalla nostra concentrazione e dalla nostra perseveranza.

L'energia supplementare richiesta per compiere sforzi ulteriori, provare un nuovo approccio, concentrarsi sul punto desiderato: ecco il segreto del successo. Dal desiderio viene l'energia e la volontà di guadagnare. Dunque, non facciamo piccoli piani: non potremmo attingervi l'energia necessaria per spingerci all'azione. Elaboriamo grandi progetti, guardiamo più in alto di noi, facciamo leva sulle nostre speranze.

Per stimolare e coltivare il nostro desiderio di vincere, sottoponiamoci a un esercizio che Dennis Waitley, in qualità di consulente per il loro sviluppo personale, proponeva agli astronauti del programma Apollo. Se metteremo in pratica, d'ora in avanti, ciascuno dei dieci suggerimenti in Figura 2, potremo infatti gradatamente ma efficacemente sviluppare una motivazione positiva adeguata ai nostri obiettivi.

Fasteners & Tools

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

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

TIRAINSERITI

RIV998



Per inserti M3-M12 2 fasi

RIVETTATRICI

RIV503



Per rivetti Ø 4.8

RIV938



Per inserti M3-M10 1 fase

RIV504



Per rivetti Ø 6.0-6.4

RIV938S



Per inserti M3-M6 1 fase

RIV536



Testa girevole 360°

RIV949



Per inserti M3-M12

RIV511B



Per rivetti Ø 10.0

RIV990



Per fori esagonali

RIV300



Per rivetti in cartuccia

RIV790 12V



Per inserti M3-M8

RIV750-760 12V



Per rivetti Ø 5.0

RIVETTATRICI E TIRAINSERITI MANUALI



P150115



RIVIT.IT

DAL 1973



Usa i nostri fissaggi per resistere con noi

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

Amaflex S.r.l. La Qualità che conviene



dal 1984 produttori della qualità

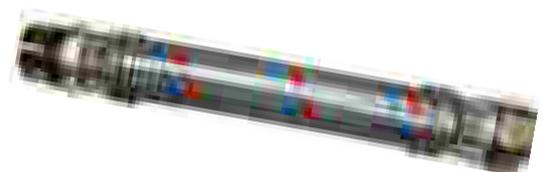
*Flessibile Proflex facile installazione
con guarnizioni già montate sui terminali*



*Flessibile dalle caratteristiche standard
ma sempre di alta qualità*



Flessibile per impianti autoclavi



*Flessibile per i più svariati tipi
di miscelatori*



*Tubi per il carico e lo scarico delle lavatrici
e lavastoviglie di tutte le marche*



*Flessibili per il collegamento di bombole
alle centraline del gas*



Comprali *online!*

Questo mese prendiamo in esame due degli innumerevoli siti internet dedicati ai casalinghi, www.tescoma.it e www.bialetti.it. Entrambe hanno gli stessi obiettivi nel web, promuovere il proprio vasto catalogo prodotti e lanciarsi in modo energico nel mondo dell'interazione con l'utente finale.

Tescoma ci tiene moltissimo al rapporto con il consumer e punta tutto su un'interfaccia molto accattivante e con l'ampio uso di video a dimostrazione della qualità dei prodotti e di strumenti come il blog e i social network. Anche la sezione e-shop è ben fatta e attrae il compratore con i contenuti dati dalle news e dalle varie declinazione dei prodotti nella vita quotidiana.

Bialetti utilizza senza dubbio un approccio più slim e pratico, poca grafica accattivante ma info pratiche e sintetiche. L'anima commerciale del sito la fa da padrona insieme all'approfondimento dell'azienda e della sua storia. Molto sviluppata anche tutta la sezione dedicata ai vari brand e all'e-shop con aggiornamenti quotidiani sulle promozioni e le offerte giornaliere.

CONTENUTI

INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA

MARKETING & SEO

OVER ALL

Legenda:



Da 1 a 5
Non Sufficiente



Da 6 a 8
Buono

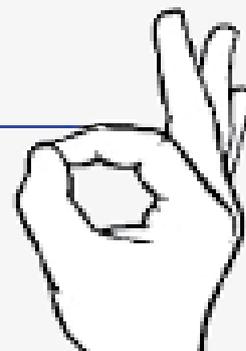


Da 9 a 10
Obiettivo Raggiunto

>> **Tescoma**

CONTENUTI: VOTO 9

Una parola per descrivere la struttura del sito: smart! È così che si presenta il sito della Tescoma con un'immagine molto fresca e accattivante, con un menu semplice da consultare che risponde alle esigenze dell'utente consumatore in modo esauriente. Sei macro voci con molteplici sottocategorie, che spiegano in modo chiaro l'uso e la qualità specifica di ogni prodotto. La merceologia viene suddivisa in un elenco particolareggiato per referenze con le caratteristiche e le varianti di ognuna, in base anche all'utilizzo che di ogni utensile si può fare. Dal punto di vista di approfondimenti e contenuti il sito è visibilmente aggiornato in modo continuo, le sezioni news e novità lo dimostrano con tantissime documentazioni sempre nuove sulle attività in cucina. Molto



OBBIETTIVO RAGGIUNTO



spazio anche alla community, con il blog, i video tutorial e una sezione che rimanda al sito di e-shop. Questo è un vero e proprio sito nel sito con i prodotti da acquistare suddivisi per funzioni, come "affettare, conservare, preparare" e aggiornato secondo la stagionalità e le ricorrenze che favoriscono l'acquisto.

INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA: VOTO 8

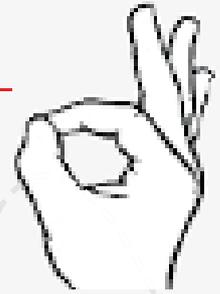
Il sito Tescoma è ugualmente fruibile da tutti i dispositivi elettronici, ben fatta anche la versione mobile (sia classica che e-shop.) 01 che consente la piena consultazione da smartphone.



www.tescoma.it

Marketing & SEO: Voto 9

Altissima interazione con l'utente, grazie alla connessione diretta con tutti i più importanti social network, al blog e ai tutorial. Inoltre il sito è indicizzato in modo da essere rilevato da parte di tutti i motori di ricerca.



OBIETTIVO RAGGIUNTO



Overall: Voto 8½

Il sito web www.tescoma.it è un bell' esempio di interfaccia pulita ed efficiente con l'utente. Tutto è estremamente facile da consultare, non ci sono intoppi né grafici né di contenuti ed è chiaro che il fine sia assolutamente quello di rispondere alle domande del possibile compratore come se fosse in un negozio fisico, anzi ha a disposizione addirittura maggiori informazioni, con l'aggiunta della possibilità concreta di comunicare con l'azienda attraverso i social e i contatti dei canali tradizionali.



BUONO



>> **Bialetti**

CONTENUTI: VOTO 8

Il sito Bialetti ha una fortissima anima commerciale, è una vetrina con tutti i prodotti e i brand a catalogo. I contenuti sono esaustivi e descrittivi delle diverse referenze, con un occhio particolare alle promozioni. Non ci sono moltissimi approfondimenti, ma è invece molto elaborato tutto quello che si riferisce al mondo Bialetti anche storicamente. La presentazione aziendale è molto esaustiva e si sofferma sulle varie tappe della creazione del brand, meno sviluppata invece quella parte che dovrebbe essere maggiormente interattiva con l'utente. Il catalogo prodotti, ben fatto,

ha come utente finale non solo il consumatore privato, ma anche il distributore e il venditore.



Buono

INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA: VOTO 7½

Veloce, responsive e pratico. Pochi fronzoli e poca grafica accattivante, ma il sito è consultabile anche da smartphone senza però avere una versione mobile, anzi è agevolata dalla versione semplificata del sito stesso.



Buono

www.bialetti.it

Marketing & SEO: Voto 7½

È facilmente recuperabile sui motori di ricerca, soprattutto la sezione dedicata all' e-shop. Buona la parte dedicata ai punti vendita e alla ricerca veloce degli stessi. Nota interattiva interessante: la possibilità di interagire attraverso tutti i più importanti social network.

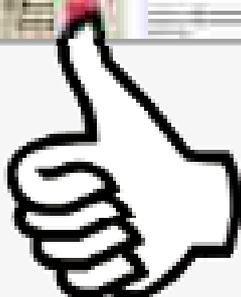


Buono



Overall: Voto 8

Il sito Bialetti è un buon progetto, migliorabile nel tempo. Ma sicuramente la sua attrattiva maggiore è data dalla semplicità della navigazione e dalla logica intuitiva che guida l'utente nella fruizione. Utile ed efficace nella comunicazione commerciale dei prodotti.



Buono



REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO
TRIBUNALE ORDINARIO di MILANO
SEZIONE SPECIALIZZATA IN MATERIA DI IMPRESA "A"

Il Tribunale, in composizione collegiale nelle persone dei seguenti magistrati:
dott. Marina Tavassi Presidente relatore, dott. Alima Zana Giudice, dott. Pierluigi Perrotti Giudice ha pronunciato la seguente

SENTENZA

nella causa iscritta al n. R.G. 11214/2014 promossa da:

RIELDA S.R.L. (C.F. 00765560578), con il patrocinio degli avv.ti FRANCESCO DI GIOVANNI, ANDREA RECCHIA (RCCNDR74A31H096F) e GIUSEPPE MARIA FINA (FNIGPP69S23C933R) elettivamente domiciliata in VIA TEVERE, 44 00198 ROMA, presso il difensore avv. FRANCESCO DI GIOVANNI

ATTRICE

contro

E.R.S.I. - ESPERTI RIFERME SERRATURE ITALIA (C.F. 97039070152), con il patrocinio dell'avv. CECILIA ESTRANGEROS, elettivamente domiciliata in VIA BONETTA 7 PAVIA presso il difensore avv. CECILIA ESTRANGEROS

CONVENUTA

P.Q.M.

- la Sezione Specializzata Impresa "A", definitivamente pronunciando nel giudizio, nel contraddittorio delle parti,
- 1) dichiara che la condotta di E.R.S.I. ESPERTI RIFERME SERRATURE ITALIA consistente nella pubblicazione, sul proprio sito web, di una "lista guida garanzia e controllo duplicazione autorizzata delle chiavi" dal 2008 al 2013, collocando il nominativo di Rielda tra quello dei produttori di chiavi a duplicazione libera senza vincolo e controllo (categoria A), con conseguente vantaggio di alcune imprese - concorrenti dell'attrice - associate alla convenuta, costituisca atto di concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2598 n 2 e 3 c.c. e comunque illecito di natura extracontrattuale;
 - 2) condanna la E.R.S.I. al risarcimento dei danni, liquidati in favore di Rielda S.r.l. nella somma di €. 25.000, liquidata in via equitativa ed in moneta attuale, oltre agli interessi al tasso legale dalla data della pronuncia al saldo;
 - 3) condanna E.R.S.I.. al pagamento delle spese del presente giudizio, liquidate in favore di Rielda in €. 7.252,50, oltre al rimborso spese generali del 15 %, oltre ad accessori ed Iva come per legge;
 - 4) pone definitivamente a carico di parte convenuta le spese di CTU come già liquidate in corso di causa e condanna la convenuta al rimborso delle spese del CTP di parte attrice fino alla concorrenza della medesima misura, oltre gli accessori di legge;
 - 5) ordina la pubblicazione dell'intestazione e del dispositivo della sentenza a caratteri doppi del normale sull'homepage dell'Ente convenuto per 30 giorni consecutivi, nonché su due riviste specializzate a scelta dell'attrice fra le seguenti: Ferramenta 2000, iFerr Magazine, Ferrutensil e Serramenti+Design; pubblicazione da attuarsi per una volta, autorizzando l'attrice a provvedervi a sue cure ed a spese della convenuta qualora questa non vi provveda spontaneamente entro trenta giorni dalla notifica della presente sentenza. Così deciso nella camera di consiglio del 18 febbraio 2016.

Il Presidente estensore

Dott.ssa Marina A. Tavassi



12 GIUGNO

Dalle Ore 9:00 Alle Ore 17:00
a PADERNO DUGNANO (MI)
in VIA PUECHER, 1

Distribuzione Catalogo Serrature 2016-2017



Tante Novità:

Dal mondo della sicurezza e della ferramenta

Corsi di formazione tecnici ogni ora tra cui:
corsi per unifiche cilindri, corsi per macchine duplicatrici



Una giornata insieme!

Servizio Bar & Ristorazione continuato

Un omaggio speciale a fine giornata!



Conferma la tua partecipazione!

È sufficiente inviare una mail a:
marketing@tacchini.info



Calvin Klein
WATCHES



LIU JO



CASIO CERRUTI 1881
WATCHES



EMPORIO ARMANI

GUESS

HAMILTON



MORELLATO



SECTOR



Orologi Stock

il portale del tempo

www.orologistock.com

- Sconti fino al 90% sull'acquisto di orologi di prestigio
- Consegna gratuita in tutta Italia
- Tutte le grandi marche a prezzi imbattibili
- Solo per Aziende e liberi professionisti con partita IVA.

iProtagonisti • magazine di iFerr

Nuovo catalogo **MONGARDI 2016**

"Casa dolce casa"

L'ambiente più confortevole, tecnologico e raffinato. In nessun'altra attività umana vi è stato modo di affinare e progredire altrettanto, compiendo infiniti piccoli gesti "conditi con amore".

Mongardi ha l'ambizione di contribuire a questo processo, offrendo prodotti che consentono di razionalizzare e facilitare il compito di chi per passione, per lavoro, e soprattutto per quotidianità familiare, gestisce l'ambiente domestico.

Mongardi ha intrapreso questa strada, oggi ha una solida struttura tecnico-produttiva-commerciale, con una gamma di prodotti qualitativamente ineccepibili: piattaforma ideale per ulteriori progressi.

Le ragioni del nostro successo hanno origine nell'ambiente industriale che ci circonda e nella filosofia della nostra gente: motivata al far bene, puntualmente e con dedizione...

...proprio come si fa in casa.



Mongardi - Via della Prata, 16 B - 10090 Ferrera di Buttigliero Alta - Torino - Italia - Tel. +39 011 936.6771 - Fax +39 011 936.7134

www.mongardi.com

La Mongardi specializzata da trent'anni in casalinghi, è un'azienda torinese nata nel 1982 come "azienda manifatturiera di accendi gas" che nel tempo però ha inserito nella sua produzione nuovi articoli legati al casalingo, così da rispondere sempre di più ai bisogni del mercato unendo innovazione creativa e tecnologia ed offrendo ai propri clienti prodotti nuovi, originali e soprattutto funzionali. La linea casa Mongardi viene completata in questo 2016 dai contenitori per alimenti: adatti sia per conservare i cibi in frigorifero/congelatore che per la cottura a microonde (Microwave Heat System). La Mongardi dispone inoltre di una linea per alimenti erme-

tica dotata di guarnizione in silicone e sistema di apertura con le alette che garantisce una perfetta conservazione dei cibi e la non fuoriuscita dei liquidi. Tutte queste novità e ancora sono presentate nel nuovo catalogo 2016, facilmente consultabile dall'utente, in quanto la gamma prodotti è stata suddivisa per categoria merceologica di appartenenza: CUCINA (spazia dai contenitori frigo fino agli accendigas), SISTEMAZIONE (scaffali e armadi), RACCOLTA DIFFERENZIATA, LAVANDERIA (dove si trovano pilozzi, lavatoi e coprilavatrice) e GUARDAROBA. Ogni singolo articolo viene illustrato con fotografia, misure, peso e pallettizzazione. www.mongardi.com

SOMMARIO

I protagonisti
di questo numero:

pag. 80 - KEYLINE



pag. 82 - LAVORWASH

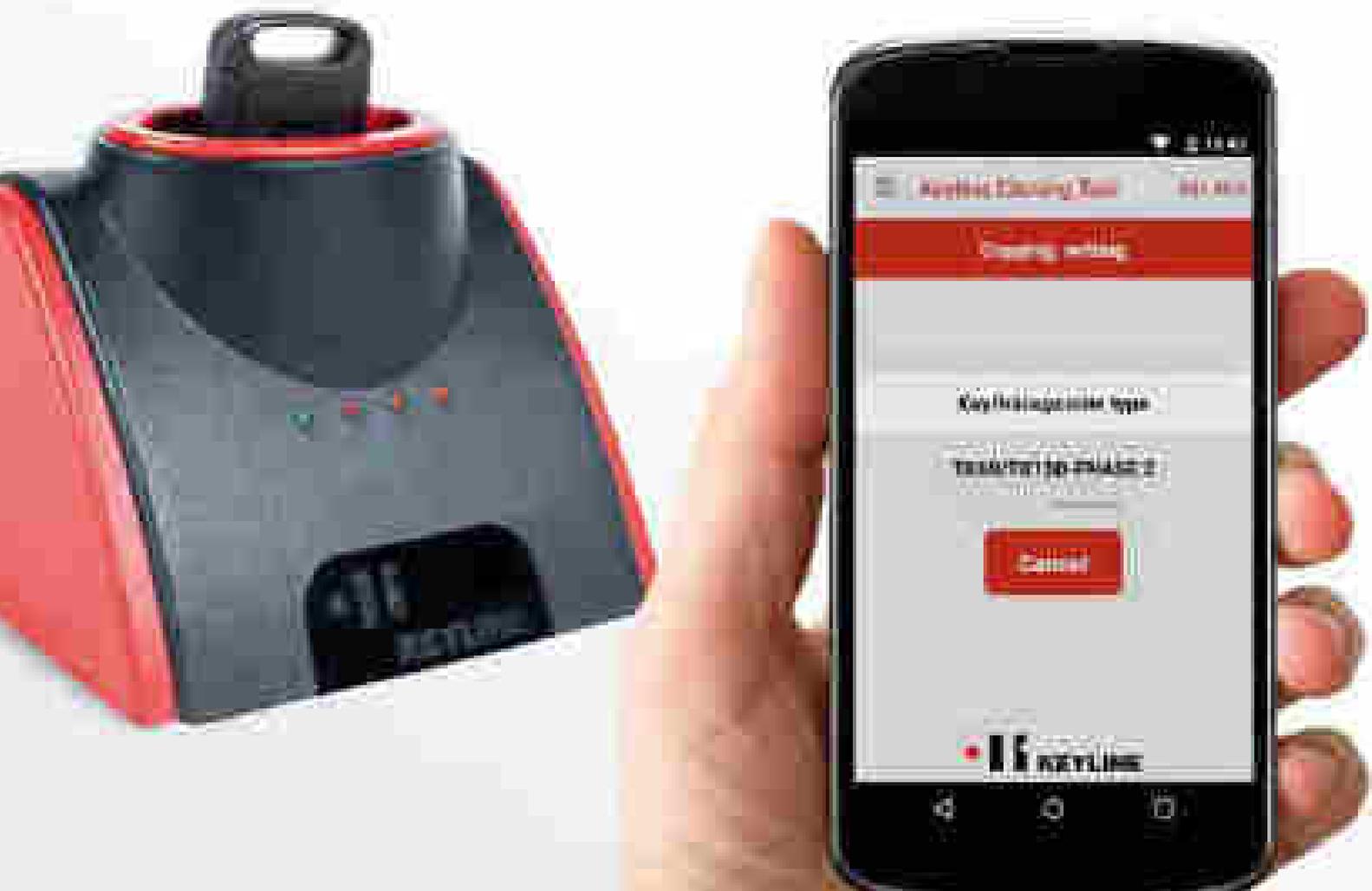


pag. 84 - BRAVO



pag. 86 - MOTTURA





KEYLINE

Record di qualità e affidabilità

Keyline è un'azienda italiana, parte del Bianchi 1770 Group, che produce esclusivamente in Italia, ma che è distribuita ufficialmente, nei rispettivi paesi, da quattro aziende controllate dalla capogruppo Bianchi 1770 Group: Keyline Italia (per l'Italia), Keyline Germany (per la Germania), Keyline USA (per il Nord America) e Keyline Shanghai (per la Repubblica Popolare Cinese).

RECORD DI QUALITÀ E AFFIDABILITÀ

Oltre a queste realtà, Keyline opera attraverso i due uffici di rappresentanza Keyline UK e Keyline Japan che coordinano le vendite e l'assistenza tecnica dei distributori diretti presenti nei rispettivi mercati. Keyline è un'a-

“Keyline mette al centro lo sviluppo continuo dell'elettronica, della meccanica di precisione e del digitale ai massimi livelli”

“Keyline si pone al fianco di ogni specialista per offrire esattamente ciò che serve in un mercato molto competitivo e sempre più esigente. In quest’ottica rientra la gamma completa di prodotti per la clonazione di chiavi per veicoli”



zienda innovativa nel contesto globale sempre più competitivo della progettazione e produzione di chiavi e macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche. Ultimo, ma non meno importante, è italiana: fortemente legata alla cultura del territorio, fedele alle sue origini e ai valori di forza, passione, creatività.

UN’AZIENDA MADE IN ITALY

L’azienda di Conegliano in provincia di Treviso, fulcro strategico del Bianchi 1770 Group, è nota per la tradizione nella produzione di chiavi, di ogni tipo e funzione, e per l’altissima qualità delle duplicatrici meccaniche ed elettroniche. Keyline mette al centro lo sviluppo continuo dell’elettronica, della meccanica di precisione e del digitale ai massimi livelli. L’azienda inoltre si distingue in maniera decisiva anche per i prodotti per la clonazione delle chiavi auto. Tutto orgogliosamente Made in Italy.

PRODOTTI IPER-TECNOLOGICI E RIVOLUZIONARI

La combinazione del dispositivo compatto 884 Decryptor Mini e del sistema TKM Xtreme la prima soluzione al mondo in grado di clonare tutti i transponder Megamos®CryptoID48 (usati ad esempio nei modelli Volkswagen®, Audi® e Fiat) in soli due minuti. Un record al quale va aggiunta la comodità di lavorare direttamente all’interno del veicolo ed in modo totalmente mobile, usando lo smartphone o il tablet con la rivoluzionaria App Keyline CloningTool. Alla velocità si abbina la precisione, per dare sicurezza e affidabilità della chiave duplicata. Keyline si pone al fianco di ogni specialista per offrire esattamente ciò che serve in un mercato molto competitivo e sempre più esigente. In quest’ottica rientra la gamma completa di prodotti per la clonazione di chiavi per veicoli. Si va dalla tecnologia consolidata di 884 DecryptorUltegra alle teste elettroniche

TKM e TK100, dai sistemi keyless ai telecomandi fino alla nuova Serie Micro con i chip (transponder in vetro) GKM e GK100 da usare con le Pod Keys Keyline. Flessibilità, integrazione e massime prestazioni permettono a tutti di scegliere sempre la soluzione migliore in base alle specifiche esigenze.

SERVIZI AL CLIENTE

Dal 1770 l’identità storica di Keyline ha dei punti di forza ben precisi, che si concretizzano nell’essere vicino quotidianamente agli specialisti della duplicazione chiavi e della sicurezza. E questo significa anche migliorare costantemente la gamma di duplicatrici meccaniche ed elettroniche, vasta per tipologia di modelli ed eccellente per prestazioni e soluzioni innovative, specialmente nel software continuamente aggiornato, e studiare sempre nuovi sistemi chiave oltre a provvedere con un servizio di assistenza tempestivo e qualificato a ogni necessità professionale.



LAVORWASH

Traguardi invidiabili

Intraprendenza imprenditoriale, lavoro di gruppo costante e alta qualità e quantità dei prodotti, caratterizzano questa azienda italiana che ha varcato i confini nazionali e continua a farlo con successo da 41 anni

L'Azienda è molto cresciuta nel tempo ed i collaboratori sono oltre 300, ma siamo sempre rimasti fedeli ai nostri principi ed al nostro modo di fare impresa

Ben 41 anni di attività hanno trasformato Lavorwash, azienda mantovana, da piccola attività artigianale a realtà multinazionale grazie allo spirito imprenditoriale votato all'innovazione che da sempre la contraddistingue e all'impegno costante dello staff che vi lavora. Ne abbiamo parlato con il Dott. Dante Rossetti, Responsabile Marketing di Lavorwash.

iFerr: Dott. Rossetti ci parli della vostra azienda e della vostra organizzazione commerciale, che tanti frutti ha dato in termini di fatturato e di visibilità sul mercato.

D.R.: Abbiamo sempre cercato di comprendere e di soddisfare le esigenze dei nostri clienti rispondendo con prodotti di qualità e "su misura", offrendo un'estensione di gamma che pochi produttori al mondo possono garantire alla propria clientela: il tutto con professionalità



e specializzazione forti del know-how che abbiamo costruito nel corso degli anni. Con orgoglio possiamo dire che fin dalla fondazione, avvenuta nel 1975, abbiamo fatto della qualità il nostro modo di essere e di gestire la quotidianità, sempre con assoluta eticità e con il massimo impegno, fieri di annoverare clienti che ci confermano la loro fiducia da più di 40 anni. L'Azienda è molto cresciuta nel tempo ed i collaboratori sono oltre 300, ma siamo sempre rimasti fedeli ai nostri principi ed al nostro modo di fare impresa, con dedizione, lealtà nei rapporti, passione per il lavoro e con impegno determinato all'innovazione e al miglioramento continuo.

iFerr: Ci parli più in dettaglio della specificità dei vostri prodotti...

D.R.: Il nostro settore è quello della produzione di macchinari per la pulizia e dal 1975 offriamo gamme di prodotti complete e diversificate per garantire efficacia di pulizia in qualsiasi tipo di situazione, sia indoor che outdoor, sia domestica che professionale. Idropulitrici, aspirapolvere/aspiraliquidi, aspiracenere, lavasciuga pavimenti, generatori di vapore, spazzatrici: tutti i prodotti vengono costantemente migliorati grazie all'impegno che l'azienda investe nel settore della Progettazione e della Ricerca & Sviluppo, prestando attenzione sia al valore estetico che all'ergonomia. I prodotti Lavorwash sono facili e pratici da usare, sicuri, efficaci e dal design assolutamente accattivante.

iFerr: In che modo è organizzata la vostra produzione nei vari paesi in cui siete presenti?

D.R.: Lavorwash ha la sede principale in Italia, a Pegognaga in provincia di Mantova a

Il nostro settore è quello della produzione di macchinari per la pulizia dal 1975 e offre gamme di prodotti complete e diversificate per garantire efficacia di pulizia

cuì si aggiungono filiali in vari paesi del mondo come Francia, Regno Unito, Spagna, Polonia, Brasile e Cina.

iFerr: Quali sono i vostri target di riferimento?

D.R.: I molti modelli di idropulitrici a marchio Lavor ci permettono di gestire tutti i canali: dettaglio, grossisti e brico con gamme dedicate e differenziate.

iFerr: Obiettivi di Lavorwash nei prossimi 2 anni in Italia ed eventualmente all'estero?

D.R.: In Italia continuare a far crescere la nostra quota di mercato con investimenti importanti dedicati alla fidelizzazione del cliente e alla crescita del marchio Lavor. All'estero una costante crescita per confermare il trend di questi anni.

iFerr: Quali sono secondo lei gli elementi competitivi della vostra gamma presso la ferramenta?

D.R.: La notorietà del marchio Lavor presso

i distributori e presso i clienti finali, la profondità di gamma con una completa scelta di modelli sia a freddo che a caldo, il rapporto qualità prezzo dei nostri prodotti, i "servizi" annessi al prodotto come: le continue promozioni per il sell out dei prodotti e le nostre campagne media su radio e TV nazionali.

iFerr: Ci racconta che tipo di comunicazione fate presso la ferramenta per promuovere il vostro prodotto e sostenerla nella vendita?

D.R.: Siamo molto sensibili alle esigenze e alle necessità della ferramenta che cerchiamo di sostenere con ausilio di materiale POP sia standard (bandiere, roll up, striscioni, gli stessi imballi e materiale dedicato ad hoc) che dedicato. In aggiunta, organizziamo su richiesta un servizio di promoter e dimostratori in PV. In più realizziamo ed inviamo materiale promozionale come T-shirt, cappelli, polo. Ci dedichiamo anche all'organizzazione di giornate PORTE APERTE in collaborazione con i rivenditori, realizziamo imballi a colori per tutta la gamma che in PV risultano di grande impatto e tutta una serie di materiale personalizzato come soluzioni per esposizione di accessori create ad hoc, video prodotto con cornici digitali da 15" su supporti in metallo, copripallet, borse TNT, schede espositive A5. In generale cerchiamo sempre di offrire un servizio flessibile a tutti i nostri clienti che lavorando in canali diversi hanno esigenze molto diverse.

iFerr: Come è strutturata la distribuzione sul territorio?

D.R.: Operiamo in tutti i canali con agenzie che coprono l'intero territorio nazionale.



BRAVO

Strategie elettroniche

Dinamiche di mercato mirate, rapporti eccellenti con il settore e qualità dei prodotti sempre all'avanguardia, sono i segreti di Bravo, un brand che continua a crescere con idee sempre vincenti

L'AZIENDA

La BRAVO nasce nel 2001 da un gruppo di imprenditori e management con trentennale esperienza nel settore dell'elettronica di consumo che grazie alle competenze maturate ha sviluppato un nuovo brand. Nato come simbolo di prodotti all'avanguardia nel settore degli accessori audio video oggi BRAVO è diventato un marchio di successo anche nel settore degli accessori per la casa e per la sicurezza.

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

È proprio l'attenzione alle dinamiche del mercato, al ruolo chiave dei principali attori e al contributo di ciascuno di essi alla distribuzione del marchio

BRAVO sta investendo sul canale dei grossisti di ferramenta sforzandosi di offrire loro una gamma di prodotti e di servizi di ausilio alle esigenze di vendita proprie di questo settore.



che ha portato la BRAVO ad essere una tra le prime aziende di elettronica di consumo a ricercare partnership di reciproco interesse nel mondo dei grossisti di ferramenta. L'obiettivo strategico di tale scelta scaturisce non solo dalla consapevolezza dell'azienda della presenza capillare sul mercato che solo i distributori di ferramenta sono in grado di assicurare ma anche nella capacità di quest'ultimi di fornire servizi di qualità in termini di assistenza e di fidelizzazione a quei clienti molto spesso trascurati e che sono invece la vera ricchezza del mercato reale, concreto e attivo fino agli angoli più remoti del nostro paese.

RAPPORTI CON I GROSSISTI E LA FERRAMENTA

Queste sono le motivazioni per le quali BRAVO sta investendo sul canale dei grossisti di ferramenta sforzandosi di offrire loro una gamma di prodotti e di servizi di ausilio alle esigenze di vendita proprie di questo settore. L'impegno di BRAVO è quindi volto a migliorare i rapporti già consolidati con i grossisti e a realizzare nuove partnership con altri distributori nel canale ferramenta con l'obiettivo di una crescita comune e di un sostegno sempre più mirato al loro fondamentale ruolo di legame con la distribuzione tradizionale e quindi con il consumatore finale.

www.europenet.it

Nato come simbolo di prodotti all'avanguardia nel settore degli accessori audio video oggi BRAVO è diventato un marchio importante anche nel settore degli accessori per la casa e per la sicurezza.



MOTTURA

La sorpresa è nelle chiavi!

Da sempre nel settore delle ferramenta, senza perdere mai la voglia di innovarsi sia a livello tecnologico sia a livello formativo. Mottura investe in progetti per il futuro e promette sorprese.

Mottura, azienda specializzata in serrature di sicurezza è una delle più performanti anche nella produzione di serrature per porte blindate. La distribuzione commerciale copre in modo uniforme il territorio nazionale ed è presente sui mercati internazionali in oltre 60 paesi. Abbiamo parlato di questo e di altre novità con Pasquale Carbone, responsabile Marketing e Comunicazione dell'azienda piemontese.

iFerr: Sig. Carbone, siete in ferramenta da anni, quale è secondo lei il vostro punto di forza?

“Siamo in ferramenta da “sempre”; l'ampia gamma in aggiunta alla riconosciuta qualità del marchio sono a disposizione del punto vendita”.



P.C: Siamo in ferramenta da "sempre"; l'ampia gamma in aggiunta alla riconosciuta qualità del marchio sono a disposizione del punto vendita. A questi si associa il nostro qualificato servizio post vendita. Inoltre, proponiamo costantemente innovazioni tecniche, tecnologiche e funzionali, sempre ben apprezzate dai nostri distributori.

iFerr: Quali sono le novità della gamma e i vantaggi competitivi?

P.C: Cilindro di sicurezza CHAMPIONS PRO con gli esclusivi controlli profilo a forma di segni aritmetici sul gambo della chiave: e' brevetto Mottura e riguarda un'innovazione tecnica di assoluto rilievo ai fini della sicurezza. È un cilindro certificato contro le tecniche di effrazione denominate Bumping e Picking. Resistente anche alla tecnica di "tracing", che si basa sulla tecnica del ricalco della chiave: se si inserisce una chiave falsa, il cilindro va in blocco! Ha il profilo chiave MM (altro brevetto esclusivo Mottura "LIFETIME", A VITA), con la possibilità

di avere chiavi padronali e di servizio e di abilitare e disabilitare la chiave di servizio! (vedere "Armo /riarmo"). Le chiavi con impugnatura blu e pallini colorati hanno un design molto interessante, sono ergonomiche e moderne!

iFerr: Che supporti date alla ferramenta per vendere i vostri prodotti?

P.C: Formazione e informazione locale e presso l'azienda: organizziamo sia presso la nostra sede che sui vari punti vendita eventi formativi, proprio per trasmettervi i nostri valori e tutta la conoscenza tecnica necessaria orientata all'ottenimento delle migliori performance dei nostri prodotti. Ed ancora, supportiamo i punti vendita con materiale didattico/informativo cartaceo sia rivolto ai clienti che agli utenti finali in forma differenziata.

iFerr: Per quanto riguarda invece gli investimenti e i progetti per il futuro?

P.C: Il messaggio che vorremmo trasmettere sarà comunque connotato dai valori in cui

crediamo e abbiamo sempre creduto: alta qualità, tecnologia e continua innovazione dei prodotti, tutti orientati alla sicurezza del privato nel suo ambiente residenziale. Vorremmo inoltre aggiornare i canali attraverso cui comunicheremo: l'obiettivo è quello di renderli più attuali, originali e al passo coi tempi. Focus sulla riconoscibilità di Mottura come azienda specializzata nella produzione e commercializzazione dei moderni cilindri a profilo europeo. Ma non vogliamo ancora svelare le sorprese... Rimanete connessi!

iFerr: Per finire, ci presenti in due parole il prodotto secondo voi più innovativo che distribuirete con maggiore enfasi in quest'anno.

P.C: In abbinamento al cilindro Champions Pro, fiore all'occhiello della nuova gamma che raccoglie ben 6 categorie di cilindri (ciascuno con la sua peculiarità!), sicuramente altro prodotto ad alto contenuto elettronico sarà il pomolo motorizzato XFREE, di imminente presentazione al mercato.

Collezione **iFerr** magazine!



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

Richiedi la tua copia omaggio compilando
il form su www.iferronline.com
o scrivi a info@iferr.com

Abbonati e colleziona
i 10 numeri di iFerr

iFerr magazine
online.com

Partner ufficiale di
www.ersi.it



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

In alternativa collegati a www.iferronline.com

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

Editore Marketing & Multimedia
MaMu SRL

Direzione Amministrativa
Piazza Ercolea 11
20122 Milano

Sedi:
Sondrio
Piazza Castello, 4
23022 Chiavenna (SO)

Milano
Piazza Ercolea, 11
20122 Milano
Tel: 02 72 08 00 52
e-mail: info@iferr.com
web: www.iferronline.com

Direttore Responsabile
Roberto Calimberti

Direttore Editoriale
Sebastian Galimberti

Coordinamento Editoriale
Camilla Fiorin

AD e Grafica
Ivan Roman
ivanroman@ivanroman.it
www.ivanroman.it

Segretaria di Redazione
Federica Caricilli
info@iferr.com

Ufficio Marketing
Giuseppe Ficarra
giuseppe.ficarra@iferr.com

Ufficio Commerciale
Francesco Fragomeni
francesco.fragomeni@iferr.com

Stampa
LA GRAFICA Tipolitografia
Di Arquati Davide & C. s.n.c. 29121 PIACENZA
Via XXI Aprile, 80 - Tel: 0523 328265 - Fax: 0523 322776

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
Maura Venturelli, Walter Silvano, Paola Rotondo,
Paolo Barracano, Rocco Fusillo, Christian Cattalini, Remo Rizzi,
Mauro Saggiolato.

Novità

alfer®

alfer® Piastrelle ad incastro e listelli per terrazzi

Il posto per sentirsi a proprio agio con un'ottica calorosa in legno nel Vostro colore preferito. E il meglio é che: con i nostri profili tutelate attivamente la foresta tropicale.

Materiale

Resysta® é estremamente resistente e contemporaneamente duraturo. Sole, neve, pioggia oppure acqua salata: **Resysta®** regge ogni tipo di tempo. Il materiale ibrido rafforzato con fibre é costituito circa dal 60% di buccia di riso, e ca. 22% di sale minerale e ca. 18% di olio minerale. Inoltre, non richiede cure impegnative e non differisce dal vero legno tropicale sia visivamente che al tatto.

Listelli per terrazzi

Installate il pavimento **Resysta®** sulla Vostra terrazza, piscina, sabbiera o come base per il barbecue.

Piastrelle ad incastro

Le piastrelle ad incastro **Resysta®** si applicano su un sottofondo livellato sia all'interno che all'esterno. Un pretrattamento non é necessario, dato che le piastrelle ad incastro sono già trattate con l'olio.

Oli Resysta®

Il nostro speciale e provato olio **Resysta®** é trasparente e protegge le superfici effettivamente dalla sporcizia.

Resysta® Top Oil (RTO) sono disponibili nei colori teak, rovere e grigio. Gli oli ecosostenibili possono essere applicati prima come anche dopo la posa.

Per il nostro futuro e la Vostra casa - **Resysta®**.



Resysta®
THE BETTER WOOD

www.alfer.com



15 ANNI DI
GARANZIA

- nessun rigonfiamento
- nessuna formazione di crepe
- nessuna formazione di schegge
- nessun marciume

alfer®





KÄRCHER TI REGALA IL GRANDE CINEMA!

Per te **UN VIAGGIO A NEW YORK** nei luoghi del nuovo film Ghostbusters e un carnet di biglietti cinema!*

Lo sporco è come un fantasma: non teme barriere e quando si accumula fa proprio paura. Le nuove idropulitrici Kärcher Full Control e gli aspiratori WD sono la tua arma vincente: acquistando uno dei prodotti in promozione*, dal 15 maggio al 15 luglio avrai in regalo un carnet di biglietti per andare al cinema. Potrai inoltre partecipare all'estrazione del super premio finale e vincere un viaggio a New York per tutta la famiglia, con una visita guidata alle location più terrificanti di Ghostbusters, nuovo film sugli acchiappafantasma in uscita il prossimo 28 luglio.

Paura dello sporco? Con Kärcher vinci la sfida e voli a New York!

*Concorso misto "SCEGLI KÄRCHER, VAI AL CINEMA GRATIS E VOLI A NEW YORK NEI LUOGHI DEL NUOVO FILM GHOSTBUSTERS!" valido dal 15/05/16 al 15/07/16. Termine ultimo op. premi: entro 7 giorni dall'acquisto. Estrazione finale entro il 15/09/16. Montepremi €70.950,00. Conserva lo scontrino e scopri come partecipare su: www.kaercher-concorso.it/ghostbusters.

KÄRCHER

makes a difference

