



iFerr magazine

iFerr

.com

N. 79 Anno 2020

Pubblicazione Mensile

www.iferr.com www.iferr.com www.iferr.com www.iferr.com www.iferr.com www.iferr.com www.iferr.com

Utility *Plus*
P6



...Qualcosa che vale nel tempo



...È successo di pensare a **PG** come Trabattella domestico che fosse di solo alluminio, rapido da montare e riporre, di pensarlo solido, compatto e allora di dotarlo delle famose leve Pinna ad espansione, poi ancora pensarlo versatile, anche bello, non invasivo negli ambienti domestici, qui il pensiero corre alle flange morbide che proteggono i pavimenti

E poi:

- 4 ganci di sicurezza sul pianale.
- Base: con barra stabilizzatrice e ruote inattive da un lato, sul lato opposto la spalla scende parallela portando a terra i due otturatori rossi realizzati ad iniezione rigida per accogliere le due flange blu di mescola morbida per proteggere i pavimenti in genere, anche quelli delicati.
- Possibile usarlo in posizione anche zoppa fissando le saette diagonali, tramite le leve Pinna, su un solo lato della struttura per favorire il lavoro a muro, sul lato opposto rimasto libero.
- Portata **180 kg** certificata / Garanzia 5 Anni / Piano di lavoro cm 125x41 con FSC e con plastiche certificate



è ancora successo...

...Qualcosa che

P6 Utility
Plus



vale nel tempo



FISSATI PER LA QUALITÀ.



Nella catena commerciale, la cultura del servizio equivale alla competenza nella distribuzione fisica.

L'elevata complessità del mercato richiede velocità ed affidabilità dei processi d'ordine e delle consegne, per qualità e quantità.

Sui parametri e sui valori del termine qualità abbiamo sviluppato la massima attenzione. Una vera e propria fissazione. Motivo per il quale sempre più aziende scelgono DFL.

Un partner efficiente con un forte orientamento alla modernità che rappresenta l'evoluzione della specie nella distribuzione della ferramenta.

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.

ON THE ROAD AGAIN.

Scegli la formula automotivistica Keyline
adatta a te!

1

**CLONAZIONE
CHIAVI AUTO**

2

**PROGRAMMAZIONE
RADIOCOMANDI**



Serie micro
**+ POD
KEYS**



884 DECRYPTOR MINI

Dispositivo di
clonazione e pre-codifica



STAK

Dispositivo di
programmazione



GYMKANA 994

Duplicatrice elettronica
per chiavi automotivistiche

MAVIK

Radiocomando
universale



www.keyline.it
info@keyline.it
T 0438 202 511



KEYLINE

A BIANCHI 1770 GROUP COMPANY


BIANCHI 1770
Anniversary

LINEA AQUAVER

fondo di preparazione



Un unico prodotto per tutti i supporti

- Aderisce a supporti difficili
- Anche per legno
- Antiruggine/anticorrosivo
- Colorabile con  SISTEMA TINTORIECO
COLOR BOX SYSTEM




scopri tutta la gamma su
www.icorip.com

PRIMER UNIVERSALE
metalli - leghe - plastiche

ICORIP[®]
COATINGS

Colorificio I.CO.RI.P. S.p.A.

Via Sempione, 85 - 28047 Oleggio (NO) - Tel. 0321 93400
info@icorip.com - www.icorip.com -   





S E R R A T U R E



Scarica il nostro
catalogo

FBD s.r.l.

info@wallyserrature.it • +39 392 2923368

P. IVA 08217920720

SCARICA
IL CATALOGO
COMPLETO
SU ZIPPO.IT



QUALITÀ
INNOVAZIONE



zippo

ZIPPO ITALIA SRL
via Lagoscum 5
19020 Vezzano Ligure - La Spezia
tel. (39) 0187.940.941
fax (39) 0187.940.944
info@zippo.it
www.zippo.it

 **ANFAO**
Associazione Nazionale
Fabbricanti Articolati



2016 **zippo**  www.zippo.it è un marchio di proprietà di Zippo Manufacturing Company.
© Zippo Manufacturing Company 2016

OCCHIALI DA LETTURA

zippo[®]

EYEWEAR



CREATIVITÀ

...E LA FORZA
DI UN MARCHIO
LEGGENDARIO.



GROOVY

Stylings | Accessories

NON HAI ANCORA IL NUOVO ESPOSITORE?

Dal 2017 il nostro espositore si è evoluto per rispondere alle necessità dei rivenditori e a quelle dei loro clienti.



ALCUNI VANTAGGI DEL NUOVO ESPOSITORE:



- Design innovativo e d'impatto progettato in Italia
- Articoli ad alta rotazione e sempre in evoluzione
- Customizzabile con "adesivi attacca e stacca"
- Dimensione studiata per il tuo bancone

CONTATTACI SUBITO PER ORDINARLO!



Groovy S.r.l. - Via Assiano 1 20039 Settimo Milanese (MI) +39 0235995470
info@groovy-style.com - www.groovy-style.com

IL FUTURO È
SUPERIOR SMART



**PRODOTTI SMART
AFFIDABILI E COMPETITIVI**



WWW.SUPERIOR-ELECTRONICS.COM

Diventa anche tu iFerr

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



9.600
RIVENDITORI AL DETTAGLIO
RICEVONO
iFerr Magazine!

Scopri anche tu i vantaggi di distribuire **iFerr Magazine**

distributore di Magazine

I VOLTI E LE AZIENDE DI CHI
HA GIÀ COLTO QUESTA OPPORTUNITÀ



Michele Raselli
*Machieraldo
Ferramenta & Casalinghi*
"La filosofia commerciale e distributiva di iFerr valorizza davvero la filiera lunga della ferramenta".



Franco Fraschetti
Fraschetti Distribuzione
"La rivista mi convince soprattutto per la freschezza degli argomenti che affronta e per lo spirito innovativo attraverso il quale vuole consolidare il legame con le ferramenta che sono l'anima del nostro settore".



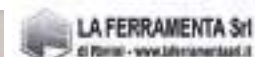
Francesco Franzini
Franzini Annibale
"iFerr Magazine è davvero uno strumento nuovo, una cerniera che lega e unisce le maglie del nostro mercato. Ecco perché mi sono avvalso della loro distribuzione".



Rocco Fusillo
Ersi
"Grazie ad iFerr Magazine abbiamo comunicato 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".



Oreste Virlinzi
Virlinzi
"L'idea di mettere al centro il ruolo della distribuzione all'ingrosso ci ha trovati completamente d'accordo. Perché allora non dovremmo partecipare alla sua distribuzione?".



Luca Bonori
La Ferramenta
"iFerr Magazine ci ha aiutati a comunicare col nostro mercato, grazie al suo linguaggio immediato e fresco, lo stesso dei nostri clienti".



Francesco Zangrillo
Zangrillo Distribuzione
"È il link ideale con la nostra distribuzione al dettaglio, in questi anni ha generato idee nuove e oggi rappresenta lo strumento più qualificato di informazione e formazione".



Pasquale Lamura
DFL
"Abbiamo da poco distribuito iFerr Magazine per parlare ai nostri clienti di un nuovo prodotto. Lo abbiamo fatto perché è una rivista che affronta tematiche importanti per i rivenditori ai quali noi ci rivolgiamo".



Rocco Comisso
Rocom
"Il costante aggiornamento dei contenuti, sempre più interessanti e accattivanti rappresentano per Rocom un'opportunità di miglioramento e di confronto con le svariate realtà locali".

contattandoci a info@iferronline.com



Lo Sapevate che	14
Ferramenta People	16
iVip	20
iComerciali	24
Approfondimento	28
Natale al tempo del Covid-19 Perché vendere il Natale in Ferramenta	
iTutorial	38
SPC Pavimento vinilico SPC cos'è e come si posa	
iLegal	44
Leasing Istruzioni per l'uso	
Attualità	48
CFK Come si stanno preparando gli italiani al Natale?	
Focus	52
GDS Il punto sulla GDS	
iPartner Silvano	56
Studio Mario Silvano Smartworking e gestione della comunicazione	
iNews	60
iProtagonisti	
Axel Group	76
Ancora più vicini agli affiliati	
Euroequipe	78
Sandokan: innovazione Made in Italy	
Groovy	80
Personalizzare i rivenditori: la sfida di Groovy	
Mabtools	82
Presenta i nuovi dischi Power	
Malfatti & Tacchini	84
Una nuova sfida da cogliere	
Nettuno	86
Lavamani contro vernici, colle e siliconi	
Silca	88
Oggi con Silca S.p.A. diventi Pro	
Tood	90
Una storia di qualità	



iFerr magazine

iFerr .com

SOMMARIO NUMERO 79 - 2020



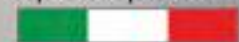




epoca[®]

Trust the future

epocaspa.com



MADE IN ITALY



PULISCI SANIFICA IGIENIZZA!

Linea Heavy Duty

Gli articoli professionali della linea Heavy Duty sono costituiti da nebulizzatori e da pompe a pressione da 1 a 10 litri provvisti di guarnizioni speciali in NBR (gomma nitrilica), in EPDM (gomma etilene- diene-propilene) ed in VITON (gomma fluorocarbonica) resistenti alla maggior parte dei prodotti sanificanti e disinfettanti presenti in commercio.

Tutti i prodotti di questa gamma sono degli alleati affidabili per i professionisti della pulizia e della sanificazione.



segui ci su youtube



segui ci su facebook

www.epocaspa.com

helviLITE

multiMAKER 192

Saldatrice multiprocesso per saldatura a **filo**, **elettrodo** e **TIG**

Range di regolazione:

- MIG/MAG da 25 a 180A
- MMA da 20 a 180A
- TIG da 5 a 180A.

Saldatrice multiprocesso. Hai 3 modalità in 1 perché puoi saldare a filo, a elettrodo e a TIG. Con i due display digitali decidi come impostare la saldatrice e definisci i parametri di saldatura in base al progetto che hai mente.

Ottimi risultati anche per saldatori inesperti.



WOW

helviLITE®
marchio di proprietà di HELVI S.p.A.



per informazioni scrivici a info@helvilite.com
o contattaci sui nostri social.



Siamo qui proprio per rispondere alle tue domande,
dalle più semplici alle più complesse.

www.helvilite.com

Lo sapevate che?



+53,8 per Pmi manifattura Italia

L'indice Pmi manifatturiero, che registra la **fiducia dei responsabili degli acquisti delle imprese in Italia**, sale a 53,8 punti a ottobre dai 53,2 punti di settembre. È il livello più alto da marzo

2018. L'indicatore, rilevato da Ihs Markit segnala una crescita per il quarto mese di fila posizionandosi sopra quota 50.

-4.446 artigiani in Italia negli ultimi 6 mesi

Sia nel I (-10.902) che nel II trimestre 2020 (+6.456) i saldi sono stati tra i peggiori degli ultimi 10 anni, a **conferma che l'artigianato, come del resto tutte le attività di prossimità, non è stato in grado di reggere l'urto dello shock pandemico**. E se fosse proclamata una nuova chiusura totale del Paese, sarebbe il colpo del definitivo KO. A lanciare l'allarme è la CGIA.



-80% fatturato per il settore Fiere

Il blocco delle fiere dall'ultima settimana di febbraio al 1° settembre ha causato lo spostamento o l'annullamento di oltre 180 manifestazioni tra internazionali e nazionali in calendario nel 2020 e un calo generale del fatturato del 70%. **Ma l'ulteriore stretta prevista dal nuovo Dpcm del 4 novembre, che vieta le manifestazioni fieristiche fino al 3 dicembre, porta all'80% la perdita di fatturato**, con l'annullamento o il trasferimento solo online di circa 60 eventi nelle prossime quattro settimane". Ha così dichiarato, intervistato da Adnkronos/Labitalia, il presidente di Aefi-Associazione esposizioni e fiere italiane, Maurizio Danese.

Stanziati oltre 5 miliardi per il decreto Ristoro

Via libera del Consiglio dei ministri al "decreto

Ristoro" nato con lo scopo di compensare le misure restrittive contenute nell'ultimo Dpcm in materia di contrasto al Covid-19. Il Presidente del Consiglio ha poi spiegato che gli importi che verranno erogati tramite il DI Ristoro sono «significativi»: **«L'importo medio per i ristoranti fino a 400.000 euro di fatturato - ha detto Gualtieri a titolo esemplificativo - è di 5.173 euro**. Per quelli fino a un milione di fatturato, 13.920 euro; quelli fino a cinque milioni di fatturato 25.000 euro». Inoltre per sale da concerto e teatri «l'importo per la fascia più bassa sarà circa 5.000 euro, per quella media di circa 13.900 euro» e fino a 30mila euro medi per i fatturati maggiori.



L'80% degli italiani usa internet per informarsi e acquistare

Quest'anno sono ben 30 milioni gli utenti che hanno effettuato almeno un acquisto online. Più di un italiano su quattro (28%) è considerato un consumatore multicanale evoluto, che passa con disinvoltura dai canali off a quelli online e usa Internet in tutte le fasi del processo d'acquisto. **Lo dicono i risultati della ricerca dell'Osservatorio Multicanalità, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Nielsen**, presentata il 27 ottobre nell'ambito del convegno "Multicanalità 2020: il countdown del cambiamento!"

Lo sapevate che?



½ milione di imprese under 35 in Italia

Sono più di mezzo milione le imprese di giovani con meno di 35 anni oggi presenti in Italia. **Un numero importante, pari all'8,7% di tutto il sistema produttivo nazionale anche se in calo di 80mila unità rispetto a 5 anni fa.** Sono alcune delle principali informazioni emerse a margine dell'assemblea di Unioncamere, tenutasi ad ottobre.

-10,2% per il PIL lombardo nel 2020

I dati del nuovo booklet di Assolombarda pubblicati su Genio & Impresa prevedono una **flessione del PIL italiano del -9,6% e del -10,2% di quello lombardo, ma con un rimbalzo di quest'ultimo del +6,9% nel 2021, rispetto al +6,2% del totale nazionale.** Grazie alla rapida ripresa del manifatturiero in Italia, +0,4% rispetto a gennaio 2020, la perdita a fine 2021 sarà più contenuta per Lodi (-1,4%), Monza e Brianza (-2,4%) e Pavia (-3,6%), mentre Milano (-5,1%) risentirà maggiormente della lenta ripresa dei servizi.



Traffico aeroporti: tra marzo e settembre -83%

Gli aeroporti italiani registrano un nuovo pesante crollo e, dopo la timida ripresa dei mesi estivi, chiudono settembre con soli 5.738.268 passeggeri, **il 69,7% in meno rispetto al 2019**, cifre che riportano il settore indietro di 25 anni, ai livelli registrati nel 1995. **Lo evidenzia Assaeroporti nella consueta nota mensile.** Assaeroporti stima che "l'anno potrebbe chiudersi con 58 milioni di passeggeri, il 70% in meno rispetto ai 193 milioni registrati nel 2019 e con una contrazione del fatturato per i gestori aeroportuali pari a 2 miliardi di euro". (ANSA).

+34,8%

per il mercato Tech

Secondo le rilevazioni effettuate da GfK sul Retail Panel Weekly nella prima settimana influenzata dalle chiusure dei centri commerciali non alimentari durante il weekend decisa dalle Regioni Lombardia e Piemonte (dal 19 al 25 ottobre 2020) il mercato Tech è cresciuto a valore del +34,8% rispetto allo stesso periodo del 2019. **La crescita a doppia cifra del mercato riguarda sia il canale online (+49,1% a valore) sia i punti vendita tradizionali (+31%).**



L'85%

dei giovani italiani è cosciente dei problemi di sicurezza legati ai social

È quanto emerso da una ricerca condotta da **Kaspersky sul catfishing**, l'attività ingannevole sui social network che prevede la creazione di profili falsi per raggirare altri utenti, condotta insieme al **Giffoni Innovation Hub**. sono in particolare le ragazze le più preparate sul tema (62%), contro il 43% dei maschi, e anche le più sensibili, ritenendo importante sapere con chi si chatta realmente: il 73%, infatti, dà un voto massimo a questo aspetto, rispetto al 50% dei maschi.

Nettuno

Marina Fratus
AD

Comincia molto presto a muovere i primi passi in Nettuno, l'azienda di famiglia fondata dal padre nel 1970. Dopo un ragionevole periodo di apprendistato necessario a comprendere le dinamiche produttive e commerciali della società, grazie alla padronanza linguistica acquisita, si dedica all'implementazione e allo **sviluppo di un ufficio vendite estero**, fino ad allora assente. Negli anni sovrintende a tutte le iniziative di welfare aziendale; inoltre, in collaborazione con l'Ufficio Qualità e Ambiente, **supervisiona le buone pratiche aziendali e i processi produttivi volti a ridurre l'impatto ambientale attraverso concreti e fattivi programmi di ecosostenibilità.** Dal 2018 ricopre il ruolo di Amministratore Delegato di Nettuno srl. Dal 2020 è consigliere presso il Consiglio Direttivo Chimici di Confindustria Bergamo. Sposata e madre di tre figli, Marina Fratus è appassionata di libri, arte e teatro.



Basf Italia

Giovanna Di Tommaso
Direttore commerciale

Ingegnere chimico, classe 1979, Giovanna Di Tommaso ha alle spalle un lungo percorso nel settore, con **esperienze di rilievo sia in Italia che all'estero**, dove ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità in ambito di product development e commerciale. Laureatasi con lode in Ingegneria Chimica all'Università degli Studi dell'Aquila e con un programma di formazione in Finance conseguito alla Business School Insead (Francia), **Di Tommaso comincia il percorso professionale in Procter & Gamble, prima in Belgio e successivamente in Italia**, dove ricopre diversi ruoli tecnici e commerciali sino a dirigere il centro di Ricerca e Sviluppo di P&G, all'interno del polo industriale di Pomezia. Nel 2015 passa in 3VSigma con il ruolo di Division Manager per il settore Personal and Home Care. **Nel 2017 approda in Basf, dove si occupa di dirigere Btc.**





Snam

Paola Boromei

Executive Vice President Human Resources & Organization

È andato a Paola Boromei, il titolo di miglior giovane manager d'Italia. La

manager è risultata prima classificata nella selezione promossa dal Gruppo Giovani di Federmanager in partnership con la società di executive search, Hays Italia, su tutti i dirigenti under 44 iscritti all'associazione di rappresentanza, che si sono candidati al premio. Boromei ha conseguito la specializzazione in Risorse umane e organizzazione alla Sda Bocconi di Milano e un executive master in Global leadership alla business school di Insead di Fontainebleau, Francia.

Prima di arrivare nel 2017 in Snam, ha ricoperto incarichi di crescente responsabilità in ambito risorse umane in altre aziende - tra cui L'Oréal e Humanitas

- con esperienze anche all'estero. Attualmente è anche amministratore indipendente di alcune importanti società, tra cui Pirelli.

Bosch Italia

Sabrina Castellan

Training Recruiting and Development
Director Bosch Group Italy

Prima direttore risorse umane in Bosch Rexroth, Sabrina Castellan ha competenze dalla gestione vendite alle recruiting business plan fino alle gestione delle risorse umane. "Il progetto

Smart Learning Experience nasce da una consapevolezza maturata soprattutto negli ultimi mesi, quando la situazione di emergenza mondiale ha messo a dura prova non solo le aziende, ma anche i singoli individui", spiega Sabrina Castellan, Training, Recruiting & Development Director Bosch Group Italy. **Infatti, se da una parte la digitalizzazione riveste un ruolo sempre più decisivo nel processo di trasformazione che coinvolge**

tutti noi, dall'altra anche le competenze trasversali acquisiscono sempre maggiore importanza, ponendosi come elementi imprescindibili per la crescita di un'azienda", ha dichiarato.





**BE READY.
PRONTI?**



LINEA CATENE E CALZE DA NEVE

RICORDATI CHE DAL 15 NOVEMBRE SONO OBBLIGATORIE A BORDO

CONTATTACI PER MAGGIORI INFORMAZIONI - dac.info@dacsrl.net

DAC SRL - A socio unico
V.Le J.F. Kennedy 21/a - 46019 Viadana (MN)
Tel. +39 0375 820611 - Fax +39 0375 785840

DAC SRL



made in red
Maranello

*Impermeabilizzare
è semplice con*

Saratoga BITUMI

GUAINA SPRAY

Impermeabilizza

Sigilla

Riempie

Tappa

Copre

Protegge



**BITUMI è la guaina spray a base di bitume
che blocca le infiltrazioni, riparando in modo
facile e veloce.**

Saratoga[®]

DIVISIONE PRODOTTI CHIMICI SPECIALI

NERO
verniciabile



Inquadrati per
VIDEO DEMO





Abbiamo intervistato Luca Curtarelli, Responsabile Sviluppo del canale italiano di Alibaba, marketplace all'ingrosso cinese e ci ha raccontato quale sarà l'impatto sul mercato nazionale.

iFerr: Quanta importanza riveste l'Italia per Alibaba.com?

L.C.: Alibaba.com funge da porta d'ingresso in oltre 190 Paesi al mondo, con 26 milioni di buyers attivi e centinaia di migliaia di aziende esportatrici – una vera e propria fiera permanente attiva 365 giorni l'anno, ventiquattro ore su ventiquattro.

Ogni giorno i buyer mondiali effettuano 300mila ricerche di prodotti sulla nostra piattaforma B2B.

Il mercato del B2B nel mondo è circa quattro o cinque volte più grande di quello al dettaglio. In Italia, le PMI rappresentano oltre il 90% delle aziende attive, sono la linfa del tessuto socio-economico del nostro paese e portano con sé un patrimonio incredibile di saper fare, tradizione e innovazione – anche se la maggior parte è ancora scarsamente digitalizzata.

Dato il potenziale, la varietà e l'eccellenza delle produzioni made in Italy, Alibaba.com ha stabilito qui un team dedicato

(primo in Europa), e ha creato una sezione dedicata agli espositori italiani sul marketplace, l'Italian Pavilion.

Questo padiglione virtuale, in continua evoluzione, presenta una grafica distintiva e funzionalità che permettono di ottimizzare il traffico e le visite dei buyer, che possono

Alibaba: la prima fiera attiva 365 giorni all'anno

navigare tra le categorie più interessanti e visualizzare le schede prodotto, richiedere preventivi e interagire direttamente con i venditori. Il nostro obiettivo ambizioso è quello di registrare 10.000 aziende italiane nei prossimi cinque anni.

iFerr: Le imprese italiane stanno secondo lei cambiando il proprio rapporto con il digitale?

L.C.: L'e-commerce è un canale ormai fondamentale per fare affari e crescere e di questo si stanno accorgendo anche e soprattutto le PMI – necessità resa ancora più evidente quest'anno. L'"alfabetizzazione digitale" riguarda sia lo sviluppo di un proprio sito aziendale di e-commerce che il ricorso ad un marketplace di una terza parte, come in questo caso Alibaba.com.

Come ha notato un recente studio di Netcomm, il livello di conoscenza dei principali marketplace B2B è cresciuto significativamente, passando dal 38% nel 2016 al 95% nel 2019, segno che l'interesse degli attori verso questi canali sta aumentando in modo rilevante. Sempre la stessa analisi ha rilevato che il 26% delle aziende B2B non ha ancora nessuna attività di digital commerce, ma buona parte si dice interessata almeno a iniziare a farlo entro un anno. Se consideriamo il settore B2B, il valore degli ordini dell'e-commerce B2B in Italia si è attestato intorno ai 410 miliardi di euro nel 2019, un valore nettamente superiore al commercio online B2C. Ciò denota il potenziale – peraltro in

crescita – e l'opportunità per le aziende che sapranno inserirvisi non solo con prodotti eccellenti ma anche con una solida presenza e operatività digitale. Quindi, sebbene la strada per rimuovere le barriere alla digitalizzazione delle imprese nel nostro paese non sia ancora conclusa, con la nostra azione speriamo di poter contribuire positivamente e affiancare imprenditori e aziende che guardano a questa trasformazione come la chiave per generare opportunità e valore.

iFerr: Quali sono i maggiori acquirenti?

L.C.: La piattaforma Alibaba.com consente alle PMI italiane di entrare in contatto con un'ampia comunità di buyer internazionale e permette loro di attivare un primo contatto con potenziali compratori target. Il dialogo che ne scaturisce potrà essere mantenuto all'interno della piattaforma, o essere portato offline. **L'obiettivo è di garantire la massima libertà all'azienda di definire i termini con cui concludere l'eventuale accordo**, fino addirittura a decidere di non concluderlo affatto. Questo comporta, inoltre, che all'azienda non venga applicata nessuna commissione sulle vendite generate tramite Alibaba.com. Per contro, ci è impossibile monitorare puntualmente dati di fatturato delle nostre aziende espositrici. Ciò che notiamo con piacere, però, è come aziende del settore, anche appartenenti a nicchie molto specifiche, decidano di rinnovare la loro presenza sulla piattaforma dopo il primo anno di test.

iFerr: Alibaba.com ha un progetto specifico per l'Italia? Ci sono in vista progetti futuri?

L.C.: In Italia, l'obiettivo di Alibaba.com è quello di accogliere sulla piattaforma e lavorare con 10.000 aziende nei prossimi cinque anni. Crediamo molto nel potenziale dell'Italia, delle sue imprese e produzioni – valore riconosciuto da compratori in tutto il mondo, soprattutto americani ed europei ma non solo, che cercano sempre più spesso i prodotti affidabili, innovativi e di alta qualità del made in Italy. Tra le varie iniziative, Alibaba.com ha avviato a giugno il "Progetto Rinascita", un'attività chiave di Alibaba.com rivolta ai clienti esistenti e potenziali della piattaforma che avranno accesso ad ancora più risorse e mezzi dedicati per cogliere le opportunità di business a livello globale. Tra le iniziative già messe in atto: un programma di sconti e incentivi sull'attivazione di nuove membership ad Alibaba.com; supporto dedicato e personalizzato, con consulenze gratuite fornite dal personale esperto di Alibaba.com per dare alle aziende la formazione necessaria per utilizzare al meglio il marketplace (ad esempio: supporto nella costruzione dello store online, e soluzioni efficienti per il caricamento delle referenze e utilizzo di keyword advertising); **il restyling e ottimizzazione del Padiglione Italia, al fine di massimizzare esposizione e lead generation; e infine, un programma ancora più ampio di fiere online su Alibaba.com** (di cui un recente esempio è stato WeCosmoprof X Alibaba.com Tradeshow) che dà agli espositori e ai partecipanti la possibilità di raggiungere

un vasto pubblico di potenziali compratori in tutto il mondo, indipendentemente dalla geografia e fuso orario.

iFerr: Ci racconta perchè è nata la collaborazione tra Alibaba.com Italia e Bologna Fiere. In questo momento particolare per gli eventi cosa significa?

L.C.: Unendo le forze con un player di primo piano come BolognaFiere, abbiamo dato vita ad uno straordinario progetto che combina il meglio delle fiere tradizionali e virtuali, incrementando l'efficienza, la convenienza e le opportunità di crescita per le imprese e gli operatori B2B italiani, e non solo. Quello con BolognaFiere è infatti il primo accordo "a tutto campo" fra due leader di mercato nei rispettivi ambiti, che sviluppa le sinergie e la complementarità fra le rispettive fiere fisiche e fiere digitali, garantendo alle aziende partecipanti un'esposizione costante e targettizzata al vasto bacino di buyer internazionali. L'accordo combina le opportunità commerciali offerte dalle manifestazioni fieristiche (tradizionali e digitali) alle potenzialità proprie del canale e-commerce, arricchendo ulteriormente l'offerta e le soluzioni a disposizione degli espositori delle manifestazioni BolognaFiere. Nello specifico, gli utenti avranno infatti un accesso privilegiato ad Alibaba.com, dove presenteranno i propri prodotti e potranno raggiungere e stringere relazioni con i 26 milioni di buyers attivi in oltre 190 paesi – incrementando notevolmente esposizione, sviluppo e conversione, oltre che a ottimizzare i costi altrimenti necessari per raggiungere un bacino tanto ampio. **Il vantaggio è nel creare un continuum tra online e offline, generando contatti immediati fra gli operatori sulla piattaforma Alibaba.com, che potranno poi proseguire e concretizzarsi "di persona" durante le manifestazioni fieristiche di BolognaFiere**, per un'azione commerciale ibrida e potenziata. Per finire, questa collaborazione è un ulteriore passo per contribuire in maniera significativa alla trasformazione digitale e alla promozione del business delle aziende sui mercati internazionali.



www.martintools.com



Part of

KRINO
GROUP



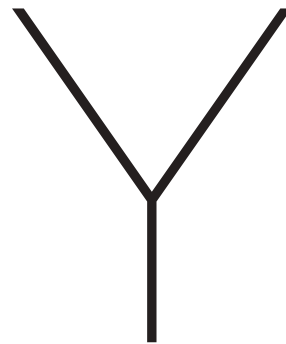
martin® s.r.l.

Via L. Santagata, 10
10156 Torino (TO) ITALY

Tel. 039 0112237946
martin@martintools.com
www.martintools.com

@KrinoTools

Generazione



Quando la saggezza fa rima con Millennials. Così è per Armando Catalano, un quasi trentenne che da cinque anni fa l'agente plurimandatario in Campania. Con le idee chiare e una buona cultura ha imparato ad affrontare ogni giorno la "giungla" del mercato.

iFerr: Come sei diventato un agente di commercio?

A:C.: Ho 29 anni e sono agente da cinque. Mentre studiavo a L'Orientale di Napoli russo, inglese e francese, chiesi a uno zio se avesse la possibilità di introdurmi nella sua attività. In accordo con la mia famiglia **iniziai a lavorare nel suo ufficio, a patto di portare a termine gli studi. Era un agente di commercio plurimandatario nel settore della ferramenta, edilizia e forniture industriali.** Ho iniziato così ad occuparmi di gestione e caricamento ordini. Una volta laureato, gli proposi di subentrare al posto di un suo collaboratore con il quale era in rottura. Era scettico nel concedermi un parco clienti, perché non era sicuro che le zone sarebbero state coperte a dovere. Non avevo un'auto, né una partita Iva, ma soprattutto non avevo know how e competenze. **"Li fuori è una giungla"**, mi ripeteva in continuazione. Ma io non gli volevo dare retta: in tutti gli affiancamenti che avevo fatto sembrava sempre tutto semplice. **Si entrava dal cliente, due chiacchiere su calcio e donne e via con l'ordine, senza neanche accennare al prodotto.** Non capivo quale fosse la "giungla". Aprii di fretta la partita Iva e acquistai una macchina senza sapere neanche quanto avrei guadagnato - 60 rate infinite senza anticipi. Mi fu affidato un ristretto parco clienti e cominciai a girare su e giù per la Campania. Le reverenze amicali svanirono nel nulla. **Il red carpet e le collane floreali che accoglievano i miei colleghi durante gli affiancamenti furono d'improvviso sostituite da liane e arbusti ingarbugliati: avevo trovato la mia giungla.** Ogni visita era un buco nell'acqua, mi tartassavano di "non mi serve niente", "sei caro" prima di confrontare i prezzi. Il mio italiano universitario veniva spazzato via insieme agli ultimi baluardi di valori scolastici attaccati alla mia coscienza. Eravamo nel postcrisi e c'era tanto scetticismo, ancor più per faccette pallide e inesperte. Decisi di puntare sul postvendita. Garantivo ai miei clienti una risoluzione ai problemi in tempi celeri ed immediati. Sono passati 5 anni dal primo giorno

e fortunatamente apprendo sempre meglio le dinamiche che regolano il nostro mercato. **Di tappeti rossi e fiori neanche l'ombra ma almeno ora sulle liane comincio a saltellarci.**

Quali sono le aziende per cui lavori?

A:C.: Collaboro con l'agenzia **A.T. & C.sas** che per anni ha rappresentato la Stanley Black & Decker e la Karcher spa. A oggi rappresenta **Einhell Italia, Selena Italia**, a marchio Tytan, produttori di schiume e siliconi, **Allfix e Bullvit, Termovana, Brandoni spa, Duplast, Marka e Comunello.** Rappresento inoltre la **Colzani spa** nel canale ferramenta e autoricambi, importante commerciale e importatore dell'accessoristica auto.

Qual è la tua zona e quanti clienti hai?

A:C.: La zona che seguo con maggiore attenzione è **Salerno e provincia e la zona lucana**, ma tocco trasversalmente tutte le province campane, a esclusione di Avellino e Benevento, seguite da un collaboratore. **Conosciamo circa 600 nominativi di cui 300 attivi ogni anno.** Avvalendoci dell'enorme supporto che offrono i principali distributori di zona, preferiamo, per logiche di mercato, gestire solo clienti solvibili che superano i 10.000 euro di fatturato annui circa. La forte intesa consolidatasi negli anni con il titolare dell'agenzia, nonché mio zio, ci permette di **lavorare spalla a spalla nella gestione dei grossisti**, che sicuramente occupano una fetta importante del fatturato aziendale così da bilanciare al meglio gli equilibri territoriali di brand e di prezzo.

Come è cambiato il suo lavoro in questo periodo di emergenza coronavirus?

A:C.: **La mia giovane età mi ha spinto, sin da subito, a creare una relazione fortemente digitalizzata con i clienti.** Ormai le visite si sono ridotte a meri saluti di cortesia e presentazione di nuovi prodotti, sono sempre più isolate le vendite d'"Assalto". Il Covid-19 ha aiutato i clienti più restii ad abbattere le barriere telematiche, quindi ad



adattarsi ad un mercato in forte crescita tecnologica. La vendita da casa ha sicuramente reso difficile l'aggressione a nuove quote di mercato, abbiamo preferito difendere le nostre posizioni per ripartire con maggior vigore nei mesi di apertura.

Quali sono le qualità che deve avere un agente di commercio? E quali ti riconoscono?

A:C.: Se avessi dovuto rispondere 20 anni fa avrei detto tenacia, caparbia e aggressività, in virtù del fatto che in un mercato in costante crescita c'era spazio per tanti e ci si poteva permettere di lavorare a testa bassa, sfondando letteralmente gli ingressi delle attività commerciali a suon di relazioni umane e costanza. Ora, in un'epoca di evidente postcrisi e condizioni precarie, **i clienti hanno sviluppato un enorme senso critico nei confronti delle nuove proposte o nuovi "venditori"**. Lo scetticismo prevale enormemente sulla fiducia, la profonda crepa insinuata nella società occidentale avvicina il popolo a paura e insicurezza. Ci si combatte con finte certezze e promesse non mantenute; **le quote di mercato aumentano ma i margini si riducono**



Gestisco il mio tempo decidendo dove e quando muovermi. L'unico vero "titolare" è il numero, dobbiamo rincorrere budget e fatturati, sempre.



a vista d'occhio. Ci si aggredisce su tutti i campi di gioco possibili. **È per questo che sostengo che un buon venditore di oggi debba essere rispettoso e pronto nei confronti del cliente che tutela le condizioni di mercato sane,** avere la forza di cogliere le giuste occasioni senza rischiare di essere schiacciato da proposte commerciali irraggiungibili e, più di ogni altra cosa, che abbia visione e cura di una strategia a lungo termine, utile per sé e per il proprio cliente.

Che cosa ami di più del tuo lavoro?

A:C.: Tempo e spazio, due fattori enormemente limitanti per molti lavoratori. Gestisco il mio tempo decidendo dove e quando muovermi. **L'unico vero "titolare" è il numero, dobbiamo rincorrere budget e fatturati, sempre.**

Come cambierà il mestiere di agente di commercio in futuro?

A:C.: Per molti si trasformerà radicalmente, io non sono pienamente convinto di ciò. **Finché esisterà una gestione umana sarà necessario il capitale umano.** I contratti cambieranno, forse aumenteranno i monomandatari, ma fino a quando il mercato italiano si presenterà così frastagliato e precario, le aziende saranno costrette ad affidarsi a **esperti territoriali che saranno dei fari sul buio della credibilità fiscale di molti clienti.**

La macroeconomia italiana riflette alla perfezione la condizione della microeconomia del Paese, fatta di piccole e medie imprese sempre pronte a lavorare in debito per poter proseguire con investimenti onerosi e tassazioni oppressive. **Noi fungiamo da avamposti assicurativi per garantire solvibilità di realtà da sempre borderline ma che permettono di creare un tessuto industriale** intrecciato come quello italiano che riesce, nonostante le difficoltà, a proporre fatturati e volumi interessanti. Discorso ancor più valido per le realtà del sud Italia che, stando alle agenzie di assicurazione del credito, non dovrebbero mai e poi mai ricevere affidabilità. **Noi agenti rendiamo possibile la relazione tra la rigidità del credito delle aziende con clienti locali che propongono fatturati che non possono di certo essere trascurati dai Big Player.**

VERNICE ZINCO ZINC PAINT

HQS[®]
High Quality Spray
made in Italy



La vernice **ZINCO PROFESSIONALE** **98%** ha una elevata quantità di zinco al suo interno che ne determina anche una tonalità scura tipica dello zinco.

E' un prodotto professionale, con elevate proprietà anticorrosive e protettive.

La vernice **ZINCO CHIARO** ha elevate caratteristiche di anticorrosione soprattutto sul ferro, evitando la formazione di ruggine.

Di facile utilizzo e con elevata copertura.





UNA FORZA DELLA NATURA

**TURBINE
PLUS**

15 LT/800 W

con funzione SOFFIAGGIO



**TORNADO
PLUS**

18 LT/1.200 W



con filtro
HEPA
corazzato

BIDONI ASPIRACENERE

 **FRATELLI
VITALE**





Perché vendere il Natale in Ferramenta

Arriva un Natale che per molti sarà, commercialmente parlando, solo on line. Ma anche le ferramenta potranno trarne profitto se sapranno attrezzarsi al meglio. I prodotti natalizi si venderanno molto bene perché sostituiscono le referenze garden della scorsa primavera. Come allora anche oggi i consumatori trascorreranno molto tempo in casa e l'hobby preferito sarà quella di addobbarla per le feste. Ecco come tre realtà del settore affrontano questo periodo al tempo del Covid-19.



L'ultimo trimestre dell'anno è normalmente concentrato sul Natale, soprattutto per la Gds, ma quest'anno l'emergenza sanitaria ha spaiato le carte e l'acquisto di addobbi, decorazioni, luminarie e regali da mettere sotto l'albero si acquisteranno, oltre che da Amazon, anche dalle aziende che avranno saputo implementare l'e-commerce. Lo dicono i dati: **secondo Netcomm Forum, da gennaio a maggio 2020, sono stati 2 milioni i nuovi consumatori online, che hanno portato il totale dei compratori online italiani a quota 29 milioni.** Ma non solo, le ferramenta, che anche in questo secondo lockdown (seppur "leggero" e geograficamente diversificato) restano un servizio di prossimità imprescindibile per i cittadini potrebbero ricavare un fatturato da queste merceologie. Un altro dato su cui riflettere

è quello rilevato da Ipsos: **il 57% degli italiani ha dichiarato (in questo periodo e per i mesi successivi) di preferire per i propri acquisti il negozio piccolo vicino a casa,** dove l'ingresso è regolato e molto contenuto (1 o 2 persone per volta). Ma non tutte le ferramenta sono pronte ad "approfittare" di questa opportunità commerciale, ci sono alcuni rivenditori però da sempre preparati a vendere i prodotti natalizi, che anche quest'anno, nonostante le difficoltà si trasformeranno in piccoli villaggi di Natale e le vendite, fino ad oggi, gli stanno dando ragione. Ma anche per le altre non è troppo tardi, ecco cosa serve ad una ferramenta per rispondere alle richieste del momento e diventare anche in questo caso un punto di riferimento per i consumatori che cercano servizi e affidabilità nei negozi di prossimità.

IL PUNTO DI VISTA DELLA FERRAMENTA AL NORD

AGRIFER DI CASARINI OTTAVIO & FIGLI S.R.L.
Modena - www.agrifermodena.it

iFerr: Davide ci racconti qualcosa sulla sua ferramenta.

Davide Casarini: Agrifer è un punto vendita di ferramenta molto conosciuto a Modena. Commercializziamo una vasta gamma di articoli, dall'utensileria all'infortunistica, dal comparto giardinaggio alle referenze più tecniche. **Ci siamo anche specializzati nella vendita online. Abbiamo in catalogo tanti brand prestigiosi** come Bosch, Makita, Staley, Usag, Plano, DeWalt, Lotto, Diadora, Lavor Wash, Annovi Reverberi e molto altri.





IL PUNTO DI VISTA DELLA FERRAMENTA AL SUD



PATELLA FERRAMENTA S.R.L.U di Altamura (BA)

iFerr: Parliamo un po' di voi...

Bruna Patella: La Ferramenta è nata più di 40 anni fa e da allora soddisfa le esigenze delle imprese dell'Alta Murgia operanti nel settore manifatturiero: mobile imbottito, falegnameria, edilizia, metalmeccanica e molto altro. L'intuizione di Francesco Patella, nel 1971, di associare alla tradizionale lavorazione artigianale del ferro la commercializzazione di articoli di ferramenta ed utensileria, è stata raccolta e sviluppata dalla seconda generazione, ossia da me, da mio fratello Nicola e da mia sorella Cesarea, che abbiamo sostenuto lo sviluppo ed il consolidamento dell'impresa. **La missione aziendale oggi è quella di fornire articoli di ferramenta di qualità, in tempi celeri, garantendo supporto tecnico qualificato** pre e post vendita per offrire al cliente il miglior servizio. La nostra proposta è rivolta alle aziende ed ai privati.

Io mi occupo della logistica e del marketing del commercio al dettaglio, mio fratello della parte distributiva e degli acquisti e mia sorella del comparto amministrativo.

iFerr: Una squadra per vincere le sfide del mercato anche in tempo di covid.

B.P.: Assolutamente sì, c'è bisogno di ognuna delle nostre competenze per fare la differenza. Siamo convinti che la nostra forza sia il servizio al cliente. Infatti, la consulenza pre-vendita

iFerr: Come trattate il Natale? Cosa vi aspettate per quest'anno?

D.C.: Il Natale per noi significa "luce". In negozio abbiamo ricavato uno spazio di 20 metri quadrati solo per le luminarie. Ci siamo specializzati e andiamo anche a montarle nelle strutture commerciali come bar, agriturismi, gelaterie ecc. Quest'anno sarà più complicato naturalmente. **Speriamo che cresca la domanda da parte dei clienti privati. E che abbiano voglia di illuminare le proprie abitazioni.**

In questo momento non si respira certo aria di festa però. Noi per fortuna siamo riusciti a tenere botta in questi mesi. Abbiamo sempre tenuto aperto. In passato abbiamo avuto molta richiesta di dispositivi di protezione individuale e oggi si sta ricominciando. **In compenso noi abbiamo voglia di scommettere sul futuro e il 5 dicembre apriremo il nuovo punto vendita di 6mila metri quadrati. Lì abbiamo intenzione di ampliare anche la parte espositiva sul Natale.**



Approfondimento



offerta dai nostri collaboratori, alla cui formazione prestiamo sempre maggiore attenzione, **la rapidità di consegna e l'assistenza post-vendita sono i pilastri su cui poggia il nostro servizio al cliente.** Gli investimenti sono costantemente volti all'innovazione: nei prossimi mesi saremo impegnati nell'adozione di un WMS che ci permetterà di snellire il flusso informativo connesso alla gestione di oltre 40.000 articoli. **Il 2021 rappresenterà un anno importante sul fronte della digitalizzazione grazie ad investimenti mirati che permetteranno un approccio innovativo tanto alla vendita B2B quanto a quella B2C.**

iFerr: Nuovo dpcm, nuove restrizioni, che Natale sarà secondo lei?

B.P.: Sarà un Natale diverso, probabilmente più complesso per molti concittadini. **Certamente il nuovo DPCM limiterà la mobilità dei clienti, soprattutto dai paesi limitrofi, ma questo non ridurrà il nostro impegno per la promozione degli articoli natalizi attraverso gli strumenti di cui oggi disponiamo** che offrono la possibilità di portare nelle case dei nostri clienti il clima natalizio di cui, molto probabilmente, quest'anno sentiremo un maggiore bisogno.

iFerr: Sappiamo che non vi siete dati per vinti...

B.P.: Esatto! Non abbandoniamo i nostri clienti, dunque **siamo molto attivi sui social: Instagram e Facebook**, attraverso i quali facciamo apprezzare i prodotti natalizi e non solo. **Siamo in stretto contatto telefonico (whatsapp) con chi desidera acquistare i nostri prodotti per fornire tutte le informazioni richieste** ed offriamo la possibilità





di eseguire gli acquisti online direttamente dal nostro sito. **Naturalmente garantiamo le consegne a domicilio in piena sicurezza.**

iFerr: Se si quali sono le referenze natalizie che vendete di più e quali quelle più richieste dai vostri clienti?

B.P.: Noi abbiamo davvero tutto quello che riguarda gli addobbi natalizi, ma sempre di più **le richieste non si fermano alla decorazioni dell'albero ma hanno a che fare con la voglia e il desiderio di creare un'atmosfera natalizia all'interno della casa.** C'è uno stile "americano" che fa tendenza ormai da qualche anno e che coinvolge tutti gli ambienti della casa, ogni stanza può essere addobbata per il Natale, dal soggiorno alle camere da letto, alle camere dei bambini, alla cucina.

iFerr: Quanto spazio dedicate in questo momento all'assortimento natalizio?

B.P.: La superficie di vendita di cui disponiamo è di circa 1.000 mq suddivisi su due livelli; **il primo piano è dedicato solitamente all'arredo casa e in questo momento è destinato per lo più all'esposizione degli articoli natalizi.**

I corner sono destinati agli alberi, festoni, addobbi, gnomi e folletti, oggettistica, e luminarie.

CHE COSA FARE PER **VENDERE** IL NATALE IN FERRAMENTA

- ▶ Creare un corner curato e ricco di dettagli. Anche se lo spazio è piccolo non deve essere trascurato
- ▶ Diventare un punto di riferimento per almeno una categoria merceologica (per esempio le luci)
- ▶ Creare eventi ad hoc di promozione in cui si possono coinvolgere i più piccoli e attrarre i più grandi
- ▶ Puntare sull'emozionalità

CHE COSA **NON DEVE** MANCARE NEL REPARTO NATALE

- ▶ Alberi sintetici di varie dimensioni
- ▶ Presepi e statuine
- ▶ Palline di vetro e plastica
- ▶ Fili di luci per interni ed esterni di varie lunghezze e colori
- ▶ Decorazioni per la casa
- ▶ Tessili natalizi
- ▶ Carta da regalo
- ▶ Neve artificiale





IL PUNTO DI VISTA DEL GROSSISTA

**Enzo Pedone - Responsabile Home Store
PEDONE SRL**

iFerr: Nuovo dpcm, nuove restrizioni. Arriviamo così ai primi di dicembre, che Natale sarà secondo lei?

E.P.: Intanto speriamo sia un Natale da vivere in compagnia e non con le costrizioni dovute ad un nuovo lockdown, ciò dipenderà dai comportamenti di oggi di ognuno di noi. **Certamente sarà un Natale di cui ci ricorderemo!**

iFerr: Voi in qualità di grossisti e ferramenta come vi preparerete al periodo natalizio? Proporrte ai vostri clienti anche referenze natalizie?

E.P.: Quest'anno abbiamo eclissato per scelta gli articoli natalizi, scelta dettata dal fatto che ci **siamo dovuti concentrare su quelle referenze del momento, quei prodotti che ormai nel gergo commerciale del nostro settore si chiamano "articoli covid"**. Un po' camaleonticamente ci siamo dovuti adeguare alla forte richiesta del mercato,

affiancando ai tradizionali DPI presenti a magazzino, tutta una serie di nuove referenze.

iFerr: Quest'anno la grande distribuzione e i centri commerciali in genere saranno chiusi e subiranno un forte contraccolpo. Pensate che le ferramenta considerate servizi di prima necessità possano beneficiare di questa situazione come nella scorsa primavera?

E.P.: L'ultimo DCPM impone a grande distribuzione e centri commerciali la chiusura nel fine settimana: di questo certamente, sebbene in parte, beneficeranno i negozi di vicinato.

La ferramenta, ingrosso e dettaglio, è esclusa dall'obbligo di chiusura in quanto considerata come settore di prima necessità ed è evidente che - come è avvenuto nella scorsa primavera- dal punto di vista strettamente economico, ciò avrà positive ripercussioni nel nostro settore, pur dovendo i nostri negozi





adeguarsi alle più stringenti norme legate a distanziamento, sanificazione e quant'altro.

iFerr: Dal punto di vista dei consumi quali sono le maggiori richieste in questo periodo?

E.P: Se il cliente di riferimento è il privato, ad oggi le maggiori richieste riguardano articoli ed attrezzature per il fai da te e per la manutenzione della casa. Oltre ad utensileria domestica che come si è visto nella scorsa primavera torna parecchio utile per la forzata permanenza in casa! Ciò avviene tanto nel nostro punto vendita quanto nell'e-commerce. **Nel periodo natalizio, la richiesta è orientata su regalistica "utile", trend questo che registriamo ormai da tempo.**

iFerr: Non crede che le ferramenta debbano attrezzarsi maggiormente per il Natale in questa situazione?

E.P: Certamente sì. Proponendo referenze di buona qualità e di gradevolezza estetica, essendo il mercato saturo di prodotti a basso prezzo e di scadente qualità, non sempre a norma. **Al di là del Natale vale sempre la regola di attrezzarsi ed innovarsi, anche ad esempio attraverso la multicanalità perché, come ha detto qualcuno: "Non sopravvive chi è più intelligente o più forte, ma chi riesce ad adattarsi ai cambiamenti".**

LA NOTIZIA

RISCHIO PERDITE DI 25 MLD DI CONSUMI A NATALE

Un lockdown nel periodo delle feste brucerebbe 25 miliardi di spesa delle famiglie. È quanto emerge dal Rapporto Censis-Confimprese 'Il valore sociale dei consumi', che indica nel Natale l'orizzonte massimo di tenuta psicologica degli italiani di fronte a nuove restrizioni. **A fine anno, a causa della seconda ondata di vincoli in aggiunta al primo lockdown, si stima un crollo dei consumi per un valore complessivo di 229 miliardi di euro (-19,5% in termini reali in un anno), a cui sarebbe associato un taglio potenziale di 5 milioni di posti di lavoro. Il solo retail subirà una sforbiciata di 95 miliardi di fatturato (-21,6%) e nel comparto si rischia la perdita di oltre 700.000 addetti.**

it's
magic **idroeasy**
& it never stops *ultra light*

NOVITÀ TUBI ESTENSIBILI: La gamma tubi superleggeri ed estensibili di Euroequipe si arricchisce di un **nuovo concept**: il Tubo Estensibile di grande portata! Dotato di caratteristiche uniche in termini di **resistenza, flessibilità e leggerezza**, con l'esclusiva struttura **anti piega e anti torsione** che garantisce il passaggio dell'acqua. Facile da riporre e poco ingombrante, include una pratica borsetta. Disponibile nelle versioni 10 e 20 metri a partire da €19,90 P.P.C.



Made in Italy

Euroequipe srl Uninominale - www.idroeasy.com
info@idroeasy.com - +39 051734808

BI·FIX

la rivoluzione nel fissaggio

il **BI-componente** multi-espansione per tutti i materiali edili

BREVETTO ESCLUSIVO G&B FISSAGGI



Tecnologia
2 COMPONENTS SYSTEM

*Design multi-espansione
per adattarsi a
tutti i materiali edili,
pieni, semipieni e forati*

Alette anti-rotazione

*Perfetto centraggio
della vite*

*Collarino maggiorato
antiscivolo, fissaggio
passante*

*4 settori di espansione
in due direzioni*



Grazie alla tecnologia **2 materiali**
e al design esclusivo:

- Sicurezza della perfetta installazione
- Alti valori di carico
- 1 solo tassello per tutti i tuoi progetti



**ESTREMA TENUTA + MASSIMA ADATTABILITA' =
IL FISSAGGIO PERFETTO PER OGNI SITUAZIONE**



guarda il video

Pavimento vinilico **SPC**:



ecco come si posa

È tecnologicamente avanzato grazie alla sua innovativa struttura che lo rende eccezionalmente stabile ma anche facile da tagliare, senza l'utilizzo di strumenti professionali. Un vero prodotto "fai da te" che meriterebbe più spazio nelle ferramenta.

Si posa sul pavimento esistente, non serve stendere prima alcun tappetino perché è già incorporato sotto alle doghe, si taglia con un cutter per adattarsi alla forma della stanza, è sottilissimo e di regola non richiede modifiche a porte o finestre. **È il pavimento vinilico SPC (Stone Polymer Composite), l'evoluzione del pavimento vinilico tradizionale. Installarlo è veramente alla portata di tutti.** Si tratta quindi di un prodotto molto innovativo e interessante per le ferramenta. A oggi la sua diffusione interessa non solo la Grande Distribuzione, ma anche i punti vendita di piccole-medie dimensioni e i Centri Fai da te. Il prezzo varia da 24,90 euro a 39,90 euro al m² iva inclusa in negozio (dati diffusi dall'azienda Kimono). **Per una stanza media di circa 25 mq ci vogliono dalle 13 alle 16 scatole**, in base alle caratteristiche della gamma scelta. Ma vediamo i dettagli di questo pavimento. Grazie all'attenta selezione dei decori e ai materiali impiegati è sempre più difficile distinguerlo dal legno, dalla pietra e dalla ceramica, pur mantenendo tutti i vantaggi del vinilico. È un **perfetto alleato per ristrutturare senza demolire**; è stabile e silenzioso, grazie al **tappetino fonoassorbente incluso**, ed essendo 100% impermeabile è l'ideale anche per una posa veloce e sicura in ambienti umidi come

> il bagno. Avendo una dilatazione inferiore rispetto agli altri pavimenti flottanti, in condizioni ottimali permette di coprire fino a 400 mq senza giunzioni.

È l'ideale per chi è in affitto o per chi non vuole avere i muratori in casa.

La raffinata costruzione del pavimento vinilico SPC lo rende particolarmente resistente non solo all'acqua, ma anche ai detergenti. E questo ne fa il più valido alleato in tutte quelle situazioni dove la sanificazione

e l'igiene diventano pratiche irrinunciabili. Non solo in casa, in tempi di Covid, ma anche in ufficio, in negozio, in palestra o a scuola. La gamma SPC, infatti, permette una vasta tipologia di impiego, dall'uso domestico e commerciale leggero (AC3) all'uso domestico e commerciale pesante (AC5).

Di seguito vi mostriamo i passaggi principali per la posa (il video completo si può vedere qui:

www.kimono-spa.com/tutorial-spc/).



1

Facile da tagliare, senza l'utilizzo di strumenti professionali, bastano un metro, un cutter e dei cunei per distanziare il pavimento dal muro. Per questo posare il pavimento vinilico SPC è davvero semplice, non crea polvere e non sporca, non sono necessarie colle e può essere davvero posato con poche accortezze.

Il pavimento vinilico SPC può essere posato anche su un pavimento preesistente. Grazie al pratico incastro click le doghe si incastrano facilmente una con l'altra, partendo dalla testa e procedendo per l'intera lunghezza di una parete. Non dimenticare di lasciare uno spazio di dilatazione tra il pavimento vinilico e il muro, utilizzando gli appositi cunei.

2



3

Il pavimento vinilico SPC è caratterizzato da una struttura molto solida ma concentrato in pochi millimetri di spessore, tappetino incluso, il che non solo ne agevola la posa, ma lo rende anche adatto a situazioni di ristrutturazione. È così semplice che si può facilmente modificare a seconda delle necessità, anche in presenza di angoli irregolari.

CHE COSA SERVE PER POSARE IL PAVIMENTO VINILICO SPC

- ▶ pavimento SPC
- ▶ 1 metro
- ▶ cunei per distanziare il pavimento dalla parete
- ▶ 1 cutter
- ▶ profili di giunzione e i battiscopa abbinati

4

Il pavimento vinilico SPC ha un altro grande vantaggio: la possibilità di coprire fino a 400m² senza utilizzare giunzioni. La sua composizione di carbonato di calcio e polvere di PVC fa sì che il pavimento abbia una maggiore robustezza rispetto ai precedenti vinilici e un'ottima resistenza alla dilatazione.



5

La raffinata costruzione del pavimento vinilico SPC lo rende particolarmente adatto anche ai detersivi per la sanificazione non solo in casa, ma anche in ufficio, in negozio, in palestra o a scuola, infatti la gamma SPC può essere utilizzata anche a uso commerciale.





Sorridi
Di noi ti puoi fidare

La fiducia è il **cuore pulsante** di ogni nostra azione

Machieraldo

Ferramenta & Casalinghi

SEDE:

Via Villetta Strà, 12 - 13881, **Cavaglià** (BI)
Tel. 0161 96044 - Fax 0161 966770
vendite@machieraldo.it

TAKE&CARRY:

Via San Quirico, 139/R - 16163, **Genova**
Tel. 010 8593533/8593733 - Fax 010 8593491
genova@machieraldo.it

www.machieraldo.it

Quando c'è la qualità
il prodotto parla da solo



Strumenti professionali per il legno



F.LLI BASSOLI DI BASSOLI G. & C. SAS

Via Pilata, 48

23887 Olgiate Molgora (LC)

039 9910421 | info@bassoli.it

www.bassoli.it

Leasing: istruzioni per l'uso

Tipologie, caratteristiche, limiti e vantaggi di questo contratto.



Che cos'è il "Leasing"? La sua denominazione deriva dall'inglese "to lease", che significa affittare. Nel nostro ordinamento, si indica la locazione finanziaria, che nella sua articolazione, trae origine dal sistema di *common law* (inglese-americano). **Nella sostanza un soggetto chiamato locatore o concedente, concede a un altro soggetto chiamato utilizzatore, il diritto di utilizzare un determinato bene dietro il pagamento di un canone periodico. Successivamente, alla scadenza del contratto è prevista per l'utilizzatore la facoltà di acquistare il bene stesso, previo l'esercizio dell'opzione di acquisto, comunemente chiamato riscatto, con il pagamento di un prezzo che nel linguaggio comune prende il nome di "prezzo di riscatto".**

Il nostro legislatore ha distinto due tipologie di leasing, leasing finanziario e leasing operativo. Di seguito in estrema sintesi vediamo delineati i caratteri salienti di entrambi.

Leasing operativo

Nel leasing operativo **un'impresa produttrice concede a quella utilizzatrice la temporanea disponibilità di beni strumentali, per un periodo di tempo inferiore alla loro vita economica**, verso corrispettivo periodico, fornendo inoltre servizio di assistenza e manutenzione. Pur essendo un contratto atipico il leasing operativo è **riconducibile allo schema della locazione, del noleggio o dell'affitto**. È lo stesso fornitore del bene (che usualmente ne è anche il produttore) a concederlo in godimento all'utilizzatore verso il corrispettivo di un canone parametrato al valore d'uso del bene, solitamente per una durata inferiore a quella produttiva che lo qualificato. Lo schema contrattuale è unitario e semplicemente bilaterale.

Leasing finanziario

Il leasing finanziario è un **contratto di finanziamento con cui una società finanziaria acquista, per conto di un'impresa, un bene a questa necessario per la sua attività, cedendolo in godimento alla stessa secondo determinate modalità**. In questo caso si assiste a un triplice rapporto: il produttore del bene (locatore), il destinatario che prenderà il bene in godimento (utilizzatore) e il finanziatore che ha un proprio interesse finanziario a facilitare l'operazione di fondo, la quale resta originariamente **un'operazione di prestito tra produttore e destinatario-utilizzatore del bene in questione**. Secondo l'attuale e prevalente orientamento dottrinario e giurisprudenziale la struttura del contratto di leasing finanziario consta di una duplicità di contratti autonomi e distinti, tra i quali non esiste neppure un collegamento negoziale: un contratto di compravendita tra fornitore e concedente ed il vero e proprio leasing tra concedente ed utilizzatore. Secondo questa tesi, l'operazione





Benito Ligotti.

STUDIO LEGALE IUS EST ARS

Si chiama "ius est ars" ed è uno studio legale che si occupa di: diritto del lavoro e sicurezza sul lavoro, Intellectual Property, diritto societario e tributario, contrattualistica, reati connessi alla responsabilità penale degli enti (231/2001), diritto fallimentare. Nello studio si parla in italiano, inglese, francese e polacco. **Benito Ligotti** collabora con **iFerr Magazine** per affrontare le tematiche legali del settore ferramenta.

Per informazioni scrivi a segreteria@iferr.com

di leasing finanziario consta di due contratti collegati tra loro: quello di leasing propriamente detto e quello di fornitura. Questo collegamento, consistente in ciò che il contratto di fornitura, nel complesso dell'operazione, ha la funzione di mezzo per l'esecuzione di quello di leasing, risulta da più indici: «La struttura del procedimento di formazione negoziale, in cui intervengono in varia sequenza le tre parti; la sussunzione, a contenuto del contratto di fornitura, di elementi individuati insieme dal fornitore e dall'utilizzatore; la circostanza che i contratti, di fornitura come di leasing, esplicitino, per solito, come ragione dell'acquisto del bene da parte del concedente sia la sua concessione in godimento all'utilizzatore che lo ha scelto, sia la previsione, contenuta nel contratto di fornitura, che la consegna del bene dovrà farsi dal fornitore direttamente all'utilizzatore» (così motiva Cass. n. 20592/07). In altri termini, **il leasing finanziario «realizza un'ipotesi di collegamento negoziale tra contratto di leasing e contratto di fornitura, quest'ultimo venendo dalla società di leasing concluso allo scopo, noto al fornitore, di soddisfare l'interesse del futuro utilizzatore ad acquisire la disponibilità della cosa»** (Cass. n. 17145/06). E il nesso di collegamento tra i due contratti viene normalmente in evidenza proprio «in virtù di clausole di interconnessione, per cui nel contratto di vendita tra fornitore e società di leasing viene convenuto che il bene oggetto del negozio sia acquistato allo scopo di cederlo in godimento al cliente della società (il quale in precedenza ha

provveduto ad indicarlo specificamente) ed è previsto anche che il bene sia consegnato direttamente dal fornitore all'utilizzatore» (Cass. n. 16158/07, n. 9417/14). Parimenti si è affermato che, salvo una diversa pattuizione, con la consegna del bene dal fornitore direttamente all'utilizzatore e la conseguente sua accettazione da parte di quest'ultimo, **sorge a carico dell'utilizzatore l'obbligo di pagamento dei canoni nei confronti del concedente e non possono a lui opporsi eventuali vizi, per quanto originari, del bene locato, che devono essere fatti valere con azione di garanzia unicamente nei confronti del fornitore.** Invero, costituisce elemento naturale del negozio «l'esonero dal locatore di ogni responsabilità in ordine alle condizioni del bene acquistato per l'utilizzatore, essendo quest'ultimo a prendere contatti con il fornitore, a scegliere il bene, che sarà oggetto del contratto, ed a stabilire le condizioni di acquisto per il concedente, per cui ogni vizio del bene dovrà essere fatto valere direttamente dall'utilizzatore nei confronti del fornitore, così come avviene nel caso di contratto concluso dal mandatario in nome proprio, ma per conto del mandante». Con la conseguenza che l'utilizzatore non può far valere l'eccezione di inadempimento del fornitore, per vizio del bene locato, a norma dell'articolo 1460 del codice civile, per rifiutare le proprie prestazioni nei confronti del concedente» (Cass. n. 19657/04).

In virtù di tale ricostruzione si è dunque ritenuta ammissibile l'azione dell'utilizzatore contro il fornitore per l'adempimento o per il risarcimento, mentre si escluso categoricamente la possibilità di un'azione di risoluzione. E ciò in quanto l'ammettere ciò terrebbe conto degli effetti che la stessa svolge anche nella sfera del concedente.



CHI PUÒ ACCEDERE AL LEASING

- > Professionisti
- > Artigiani
- > Piccole Medie Imprese (Società di Capitali e Società di Persone)
- > Grandi Imprese
- > Pubblica Amministrazione

ERREBI®

BT SLIM



LA COMODITÀ DA METTERE IN TASCA

BT SLIM è il nuovo radiocomando ERREBI per l'apertura di porte garage, cancelli e porte di entrata utilizzando il cellulare. È sufficiente collocare il dispositivo nella parte posteriore del tuo smartphone, vincolarlo via Bluetooth all'APP ErrebiRemotesSLIM e premere il pulsante di apertura.

4 RADIOCOMANDI
ORIGINALI IN 1



LEGGERO E FACILE DA
TRASPORTARE



SHUTTER REMOTO PER
FOTOCAMERA

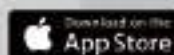


APP PER
DUPLICATORI

Disponibili in:



APP PER
UTENTI



YOUR KEY

www.errebispa.com

Contro il nemico invisibile... **la SOLUZIONE!**

COME SI USA?
GUARDA IL VIDEO



ODORBACT OUT™ / DISINFETTANTE SUPERFICI AUTO



Reg. Min. Sal. N. 7.014

**GREEN FOREST PMC
DISINFETTANTE
ELIMINA BATTERI
E FUNGHI**

- Azione Battericida e Fungicida
- Disinfetta & Deodora il sistema di climatizzazione auto



ODORBACT OUT™
Trattamento **Disinfettante**
per il sistema di climatizzazione auto.



VIRUCIDA



**DISINFETTANTE
SUPERFICI AUTO**
Prodotto **Biocida**
con **Ossigeno Attivo**



In una situazione come quella attuale, dove igienizzare e purificare l'ambiente e gli oggetti è così fondamentale, Mafra ha sviluppato una linea di prodotti particolarmente indicati per la sanificazione degli interni dell'abitacolo.

DISINFETTANTE SUPERFICI AUTO, con azione virucida è ideato per offrire una disinfezione e una detergenza completa e delicata, pulisce profondamente ed elimina contaminazioni e biofilm, offre un'igienizzazione profonda su tutte le superfici dell'auto. **DISINFETTANTE SUPERFICI AUTO** fornisce un valido aiuto per sanificare tutte le superfici dell'abitacolo dell'auto, in particolare quelle fortemente contaminate e che tocchiamo spesso come: volante, leva del cambio, freno a mano, maniglie portiere interne ed esterne, leve indicatori di direzione e tergicristalli, poggia-gomiti, comandi di posizione del sedile, seggiolini e cornici portiere. **ODORBACT OUT™** Green Forest con Presidio Medico Chirurgico, disinfetta il sistema di climatizzazione dell'auto.

MAFRA
linea benessere

SEGUICI SU   

IN VENDITA NEI MIGLIORI NEGOZI - mafra.it



Come si stanno preparando gli italiani al **Natale**?

Dopo una fase di ripresa dei consumi e del sentiment degli italiani, le vicende delle ultime settimane hanno introdotto dei nuovi elementi di incertezza che mettono in discussione le previsioni per i prossimi mesi. Ne ha parlato GfK in occasione della Web Conference "Signals from the noise".

D ai primi dati GfK emerge che per l'88% degli italiani quello 2020 sarà un Natale diverso dal solito. In un momento così "disruptive" non c'è tempo per aggiustare il tiro: bisogna adattarsi velocemente al nuovo contesto e individuare le informazioni davvero importanti. Durante il live event gli esperti GfK sono partiti dai risultati delle analisi più recenti per esplorare gli scenari di evoluzione futura e offrire indicazioni su come affrontare i prossimi mesi. Ha commentato in apertura **Enzo Frasio, Presidente di GfK Italia:**



Emergono nuove connotazioni e nuovi desiderata: 4 direttrici per i consumatori

Innights GfK Sinottica®

1. GLI SPAZI ESTERNI

Dedica molto tempo a...



GIARDINAGGIO

42% (+7% vs pre covid)

1 italiano su 2
desidera una casa
con uno spazio
esterno/giardino
privato

2. LA SOSTENIBILITÀ

Nel post covid, Italiani sempre più attenti a...



... consumi
energetici degli
elettrodomestici

66%



... inquinamento
dell'aria all'interno
della casa

49%



... impatto ambientale
dei prodotti e
detergenti per la casa

46%

3. LA CUCINA



16 milioni di italiani
dedicano oggi più tempo
alla cucina vs pre covid

Il 33% vorrebbe
una cucina più
grande

4. LO SMARTWORKING

Lavora da casa



14%

pre covid



24%

post covid

1 smartworker su 2
intende attrezzare uno
spazio dedicato al
lavoro in casa

Base: Lavoratori - 23,2 mln Italiani +14

“Possiamo dire di essere di fronte a una fase di cambiamento costante e sempre più rapido. Alle aziende che stanno affrontando questa complessità GfK può fornire gli elementi per individuare i segnali giusti dal rumore di fondo. Come? Garantendo l'accesso ad un punto di osservazione sui Mercati, sui Consumatori, sui Media - privilegiato perché poggiato su informazioni solide, indipendenti e accurate provenienti dai nostri Panel e dai nostri Tracking. Gli insight GfK forniscono una visione a 360° di

cosa sta accadendo realmente oggi e - soprattutto - di cosa potrebbe accadere domani”. Il **sentiment dei consumatori italiani** è stato al centro dell'intervento di **Daniele Novello, Sub-Lead Consumer Insight:**

“Prima delle vacanze i nostri dati mostravano un allentamento delle preoccupazioni degli italiani legate al Coronavirus, ma la risalita del contagio delle ultime settimane ha fatto invertire la tendenza: a ottobre il 40% si dichiarava molto preoccupato per il COVID-19, un dato in crescita del +7% rispetto al mese di luglio”. **Nonostante questo,**

le ricerche GfK mostrano un consumatore pronto a fronteggiare il delicato momento che stiamo vivendo anche attraverso nuovi progetti di consumo.

L'intervento di **Fabrizio Marazzi, Solution Lead, Market Insights** ha fatto il punto sull'andamento della Tecnologia di consumo negli ultimi mesi: “Dopo il rallentamento del lockdown e il forte rimbalzo delle vendite registrato con le riaperture, negli ultimi mesi il mercato si è stabilizzato, rimanendo comunque in area positiva. **Tre sono gli ambiti che stanno trainando le vendite di prodotti Tech in questi mesi: il lavoro e la didattica da casa – che stanno spingendo le vendite di prodotti IT e Office; la Cucina e il Benessere,** con la forte crescita dei dispositivi per la preparazione del Cibo e per la gestione della Beauty routine a casa; l'Entertainment da vivere comodamente a casa. Nel suo intervento **Marco Pellizzoni (Commercial Lead Consumer Panels)** ha sottolineato come alcuni trend emersi durante l'emergenza Covid-19 siano entrati a far parte delle abitudini degli italiani per quanto riguarda



I mercati Tech nelle diverse fasi

Una fase di "rethink spending" comunque molto dinamica

PoS TCG Panel - weeks 1-40

Sales Value weekly growth rate compared to FY



© McKinsey & Company. All rights reserved.

Source: GfK Panel of Sales Tracking | Italy | Retail Market | All available weekly products

© GfK 2020

Post-lockdown trend by Sector



la spesa di Largo Consumo: "Nel mese di settembre i nostri dati mostrano ancora dimensioni del carrello superiori rispetto alla fase pre-Covid. **Molti dei driver di crescita che avevamo individuato durante il lockdown continuano a permanere anche in questa fase e probabilmente condizioneranno anche i prossimi mesi** - come ad esempio la disinfezione, la cura della persona, la voglia di sperimentare in cucina oppure la tendenza a ricreare in casa riti sociali come l'aperitivo.



In chiusura della conferenza, **Giuseppe Minoia (Insight Advisor)** ha presentato una riflessione sugli scenari a breve e a medio periodo:

"Come abbiamo visto, quello 2020 sarà probabilmente un Natale diverso dal solito.

Per la maggior parte delle persone ci saranno meno spostamenti e meno ritrovi con amici e parenti fuori dalla cerchia più ristretta. Se la curva del contagio si conferma essere quella attuale, la casa sarà ancora più al centro della vita della famiglia, sfondo per pranzi e cene, momenti di gioco e di lavoro, intrattenimento e comunicazione a distanza. **I regali probabilmente si concentreranno su prodotti utili e sulla tradizione gastronomica. Ma ci sarà anche tanta Tecnologia**, che negli ultimi mesi è diventata una vera alleata dei consumatori italiani, per i momenti di lavoro, per la scuola e per l'intrattenimento vissuto dentro casa. Guardando al medio periodo, possiamo aspettarci un consolidamento da parte dei consumatori della logica Rethink Spending, con una rimodulazione del modo di vivere, di pensare e di comprare. Anche i Brand dovranno abbracciare questa logica "Rethink", ascoltando i consumatori e seguendo l'evoluzione dei loro bisogni. **Oggi quindi per le aziende è più importante che mai riuscire a comunicare nel modo giusto, raccontando la propria storia, il proprio impegno di sostenibilità e il legame con il territorio".**

A PROPOSITO DI GfK

Growth from Knowledge

GfK integra scienza e conoscenza. Grazie a soluzioni di ricerca innovative, siamo in grado di fornire risposte alle domande strategiche sui consumatori, sui mercati e sui media - relative alla situazione attuale e allo scenario futuro. Partner affidabile di ricerca e analisi, GfK supporta i propri clienti di tutto il mondo nella crescita basata sulla conoscenza.

www.gfk.com
 profilo Twitter @GfK_Italia

NOVITA'

ProntiXTE®

OCCHIALI DA VICINO

Mod. TWIN/6 2X1

Qualità certificata
UNI EN ISO 9001:2015

**GARANTITI
2 ANNI**

2 occhiali al prezzo di 1!

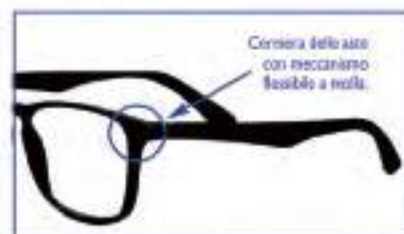
GRANDE CAMPO VISIVO, ASTE FLEX!



Mod. TWIN/5 - colore nero



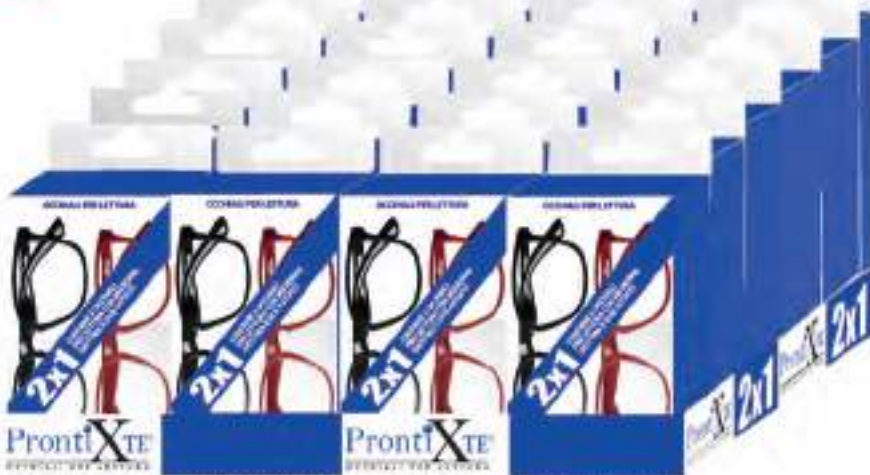
Mod. TWIN/6 - colore rosso



Confera delle aste
con meccanismo
flessibile a realtà.



Confezione Mod. Twin/6 2x1:
contiene 2 occhiali della stessa diottria,
astuccio, avvertenze d'uso.



Kit/espositore da banco: da 24 confezioni doppie contenenti 2 occhiali per lettura, astuccio.
Dimensioni: P. 34 cm - L. 27 cm - H. 43 cm

VISITA IL SITO IOI E SCEGLI TRA LE OLTRE 5.000 REFERENZE SEMPRE DISPONIBILI
SCARICA I CATALOGHI LETTURA E SOLE 2020 DEI 22 MARCHI DISPONIBILI SUL SITO WWW.IOI.IT

Qualità garantita da severi controlli.

Kit PRONTIXTE mod. Twin/6 2x1.

- Montatura: unisex in leggero materiale organico iniettato.
- Lenti: asferiche, ultra sottili ed infrangibili.
- Colori: nero - rosso.
- Diottrie: +1,00 + 1,50 + 2,00 + 2,50 + 3,00 + 3,50.
- In dotazione: astuccio.
- Kit/espositore: da 24 confezioni doppie contenenti 2 occhiali per lettura della medesima diottria, astuccio.



I.O.I. INDUSTRIE OTTICHE ITALIANE S.r.l.
C.so Fiume, 4 - 10133 Torino - Tel. +39 011/553.40.21 ra. - Fax +39 011/660.88.85
www.ioi.it - e-mail: ioi@industrieottiche.it

ASSOCIATO FONDATORE

ANFOL

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
FABBRICANTI OCCHIALI LETTURA



Il punto sulla **GDS**

Cosa sta succedendo alle rete della Grande Distribuzione? Dopo un'estate molto positiva, ora è il momento di tirare le somme tra strategie commerciali saltate a causa del Covid-19 e nuove aperture. Giulia Arrigoni, direttore editoriale di Diyandgarden.com, ha fatto il punto della situazione per noi.



I 2019 si era chiuso con entusiasmo con la rete della Gds del bricolage che aggiungeva oltre 30 negozi in più alla sua lista. Poi gennaio e febbraio 2020, a detta di molti, era iniziato nel solco dello stesso ottimismo e poi... il Covid-19 che ha stravolto tutte le possibili ipotesi e strategie commerciali per il 2020. **Va detto che in Italia i settori ferramenta, bricolage e, parzialmente il giardinaggio, sono stati comparti fortunati** perché il Governo italiano li ha sempre ritenuti "beni di prima necessità" e, quindi, ha sempre consentito di tenere aperti i negozi. Coloro che hanno chiuso l'hanno fatto su base volontaria o per pochi giorni, in modo da organizzare la struttura secondo i nuovi protocolli anti Covid-19. Tuttavia, qualche limitazione c'è stata nella vendita. **Infatti non tutte le merceologie trattate in un centro bricolage sono state ritenute necessarie e i garden center, nel momento iniziale tra marzo e aprile, hanno potuto far entrare i propri clienti solo per vendere cibo per animali, mentre il restante poteva essere venduto solo o telefonicamente o via web e consegnato a domicilio. Anche i centri bricolage hanno "scoperto" le vendite telefoniche che hanno avuto successo**, mentre per quanto riguarda l'e-commerce molti non erano attrezzati e chi lo era ha avuto grossi problemi nella gestione degli approvvigionamenti e delle consegne.

Dalla fine del lockdown, un'estate intensa

Nonostante la possibilità di tenere aperto, le perdite dei mesi di marzo e aprile sono state pesanti per tutti, con diminuzioni per i DIY Store

rispettivamente del 56,1 e del 37,6% (dati GfK Italia); percentuali tremende per i centri bricolage, **mentre le ferramenta hanno registrato perdite inferiori, proprio perché potevano vendere tutto ed erano ubicate nei centri cittadini.** Un vero vantaggio, soprattutto nel momento più intenso in cui le persone potevano uscire dai propri comuni di appartenenza solo per fare la spesa. **Questo ha consentito ai negozi di prossimità di diventare i veri e propri best seller del 2020, in Italia.** Finito il lockdown, come in altri Paesi, anche in Italia si è scatenata una vera e propria "febbre" da bricolage e giardinaggio che ha consentito di recuperare quasi totalmente le perdite dei mesi precedenti. Sempre secondo GfK Italia, **i dati mostrano un rimbalzo molto positivo a maggio con un +43%, proseguito con una crescita del +11,4% a giugno e del +12,8% a luglio.** Agosto ha cominciato a segnare un progressivo ritorno alla normalità, seppur in positivo, mentre **settembre si è dimostrato a macchia di leopardo, con insegne e territori con crescita ancora a due cifre, mentre altri si sono addirittura fermati.** Il trimestre di ottobre/novembre/dicembre è classicamente un periodo forte per il mercato del bricolage, in più sono numerosi gli incentivi varati dal Governo e inseriti nel Decreto Rilancio, come il Bonus Facciate, il Bonus Ristrutturazione, il Bonus Giardino e l'Ecobonus edilizio del 110%.

Qualche dato sul mercato

Rispetto al 2019, che è stato un anno molto positivo, a luglio 2020, le vendite nei DiySuperstore sono in flessione solo dell'1,9%; una percentuale



davvero bassa, considerando le premesse dei mesi precedenti e che trova conferma anche nel dato dell'Osservatorio Non Food di GS1 con TradeLab, che stima una flessione per la categoria della grande distribuzione specializzata (DiySuperstore) compresa tra l'1,2 e l'1,9%. Molto diverso è il dato espresso sull'intero mercato che l'Osservatorio stima con una percentuale negativa variabile, compresa tra il -18,5% e il -25%. È solo una previsione e francamente ci pare una flessione elevata ma potrebbe aver tenuto conto dello scenario peggiore che si sta effettivamente realizzando in questo autunno (seconda ondata, nuovi lockdown, ecc). **Tra i settori di maggiore successo, GfK Italia segnala il Giardinaggio (+4%), la Cura della casa (+4%), l'Illuminazione (+3%) e il macro settore dei Rivestimenti/Vernici (+7%). Per contro, in negativo sono l'Edilizia (-3%), i Mobili (-5%), i prodotti di Ferramenta (-10%) e i Sanitari (-9%).**

E i negozi? Cosa è successo alla rete del bricolage?

La nostra analisi aggiornata al 30 giugno 2020 vede una flessione anche del numero totale dei punti vendita, che passano da 788 a 786. Rispetto alla precedente rilevazione il numero dei punti vendita diretti sale a 600, con 12 unità in più, mentre quello dei negozi in affiliazione in un semestre passa da 200 a 186 punti vendita. Dopo una serie fortunata che ha visto l'affiliazione aumentare positivamente il numero dei negozi, la colonna torna negativa. Ricordiamo che in Italia il franchising del

bricolage non ha, a differenza di altri settori, una gran fortuna e, soprattutto, andamenti molto oscillanti e periodici. Anche in questo caso vale la pena di fare una precisazione.

Dove, come, quando

Cosa è successo in questo semestre e quali sono state le insegne protagoniste? Il primo movimento dell'anno, a gennaio, è da attribuirsi al consorzio **Bricolife** con l'ingresso di 3 nuovi associati. Poco dopo, a febbraio, Bricolife va segnalato con l'apertura a Cagliari del nuovo negozio **CFadda-Qui, un punto vendita cittadino di 300 mq., un vero e proprio test, che va nella direzione della vera prossimità.** Nel mese di marzo, appena prima dell'inizio del lockdown, **Bricoman** ha aperto a Roma Fidene, con una superficie di 14.000 mq, di cui 6.000 mq di area vendita interna e 3.000 mq dedicati all'area edilizia, ed è

la seconda apertura nella città romana. Ora sono in programma le aperture di Aprilia in Lazio, Venegono Inferiore in Lombardia e Udine in Friuli Venezia Giulia. Successivamente, nel mese di maggio **Brico OK** apre a Podenzano, in provincia di Piacenza, un 2.000 mq e, successivamente, il mese di luglio con Brico io che a Magione apre in affiliazione con la società Energiko s.r.l. dell'imprenditore PierLuigi Di Turi, già proprietaria di 2 punti vendita ad insegna Brico io a Città della Pieve (PG) e Sinalunga (SI). **Le chiusure o i fuoriusciti, coinvolgono due insegne Brico io e Bricofer. Bricio chiude in marzo due unità.** Un affiliato di quasi 1.500 mq a Montenero di Bisaccia, e un diretto, quello di Novara, un negozio di 2.000 mq aperto nell'agosto del 2008. **Il Gruppo Bricofer chiude a Olbia un negozio Self e nella rete degli affiliati con insegna Bricofer, si registrano 8 defezioni.** Di queste tre rappresentano i negozi di proprietà Cangianiello, diventati un'insegna indipendente dal nome Bricoware. Altri tre, rispettivamente Legnano, Vicenza e Cava Manara sono ex Granbrico, mentre per l'ultimo negozio si tratta di un affiliato, appartenente al Gruppo Adamante, situato a Crotone. **Dopo il periodo estivo, quasi a fine settembre si segnalano le aperture di Brico io in Sardegna, di Brico Ok in Lombardia e in Trentino Alto Adige,** mentre a novembre aprirà in provincia di Parma. Sono previste anche due nuove aperture per Evoluzione Brico. Una a fine ottobre in Sicilia, con 800 mq a Bagheria, in provincia di Palermo e una di 1.500 mq in Toscana, a dicembre.

NOVITÀ

ITALIAN DESIGN

CHARRO[®]
OCCHIALI PER LETTURA

KIT HAWAII

Kit composto da 24 occhiali, in 4 modelli e 4 colori diversi, con assortimento ottimale delle diottrie per la vendita.



Montatura colore nero e rosso.



Montatura colore nero e verde.



Montatura colore nero e blu.



Montatura colore nero e grigio.

DOPPIO COLORE, ELEGANTI PINS INCASTONATI
SUL FRONTALE DELLA MONTATURA.

Sopri gli altri 37 modelli su
www.occhiali.charro.it



Aste flessibili, cerniere con
meccanismo a molla per una
migliore adattabilità degli
occhiali al viso!

**QUALITÀ GARANTITA DA
SEVERI CONTROLLI.**

**ECCEZIONALI PROMOZIONI
PER RIVENDITORI E GROSSISTI!**

VISITA IL SITO IOI E SCEGLI TRA LE OLTRE 5.000 REFERENZE SEMPRE DISPONIBILI
SCARICA I CATALOGHI LETTURA E SOLE 2020 DEI 22 MARCHI DISPONIBILI SUL SITO WWW.IOI.IT



IOI. INDUSTRIE OTTICHE ITALIANE S.r.l.

C.so Fiume, 4 - 10133 Torino - Tel. +39 011/553.40.21 n.a. - Fax +39 011/660.88.85
www.occhiali.charro.it - www.ioi.it - e-mail: ioi@industrieottiche.it

ASSOCIATO FONDATORE

ANFOL
Associazione Nazionale Fabbricanti Occhiali Lettura

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
FABBRICANTI OCCHIALI LETTURA

Smartworking

Intrattenere una relazione finalizzata alla vendita ai tempi del Covid-19: l'importanza di una comunicazione che spesso avviene a distanza ma che deve risultare ugualmente "vicina".



e gestione della comunicazione



In questo particolare momento in cui si sta cercando di fronteggiare la pandemia del Covid-19, l'inaspettata soluzione dello **smartworking ha portato ai lavoratori ed alle aziende numerosi vantaggi tra i quali una maggiore produttività**, un ritrovato

equilibrio tra vita professionale e vita

privata, un importante taglio ai costi aziendali e una consistente riduzione dell'inquinamento.

Le medaglie, però, hanno sempre due facce per cui ci sono anche delle criticità nell'utilizzo dello smartworking:

l'evidente difficoltà nella gestione delle urgenze con un palese maggior carico di lavoro, la conseguente difficoltà di una corretta pianificazione nell'illusione di avere il tempo per fare tutto,

la convinzione di essere sottoposti ad un certo isolamento con relativi problemi di comunicazione con i collaboratori ed i colleghi. Ma

soprattutto con i propri clienti con i quali si sono perse delle occasioni/rituali di incontro: niente più pausa caffè alla macchinetta e riunioni, ma meeting virtuali e videochiamate nel rispetto del distanziamento sociale.

Se comunicare con efficacia aveva come presupposto la presenza, **mancando oggi la possibilità di guardarsi negli occhi è aumentato il rischio di eventuali incomprensioni e frustrazioni.** Se è vero che alla base di una comunicazione efficace c'è l'ascolto attivo e cioè un elevato grado di attenzione e partecipazione con l'obiettivo di una maggiore comprensione dei bisogni dei nostri clienti, **oggi l'atmosfera "virtuale" fatta solo di mail, riunioni online e piattaforme Web, ha creato nuovi ostacoli.**

Walter Silvano

Walter Silvano, autore del testo, si occupa dal 1984 di formazione nell'ambito dello Studio Mario Silvano, Società di Consulenza e Formazione Risorse Umane, fondata da Mario Silvano, riconosciuta come punto di riferimento per le esigenze di crescita professionale del Management e del Personale di Vendita.

Associato all'Associazione Italiana Formatori ha continuato a sviluppare un attento ascolto ed interpretazione delle esigenze del Mercato per poter dare risposte sempre innovative e attuali per l'integrazione tra l'addestramento di specifiche capacità e l'apprendimento esperienziale di nuovi e più produttivi atteggiamenti personali e professionali.



Amministratore Unico **Studio Mario Silvano** - Consulenza e Formazione Risorse Umane

ASCOLTO ATTIVO A DISTANZA IN 4 PUNTI

1

ELIMINARE TUTTE LE DISTRAZIONI: quando stiamo parlando con il nostro cliente non è per nulla difficile ed è un'accortezza che ci può aiutare moltissimo anche perché, così facendo, dimostriamo rispetto ed attenzione per la persona con la quale stiamo interagendo. Quindi è consigliabile spegnere il nostro cellulare e chiudere la mail per concentrarsi solo sull'interlocutore con cui stiamo parlando. Poiché le abitudini sono difficili da sradicare, provate a pensare agli svantaggi del cosiddetto multitasking e concentratevi su un'attività per volta. Per finire è importante sapersi liberare dalle distrazioni interiori: non pensare a quello che si dovrà fare dopo, alle prossime riunioni e ai prossimi impegni. Oramai è convinzione che sia meglio vivere con la filosofia del "qui e ora".

3

ESSERE OPEN MINDED: privilegiare sempre la creatività prima di prendere una decisione. Ricordiamoci che sviluppare un ascolto attivo non è solo gentilezza, ma è anche curiosità e interesse. Un buon comunicatore inizia ogni conversazione con la mente libera da pregiudizi: quindi dimenticate le divergenze che si possono aver avuto in passato con il nostro interlocutore, concentratevi solo sul messaggio che viene trasmesso. Ricordatevi che ascoltare le idee degli altri può essere un'opportunità di crescita, un momento di brainstorming e anche un modo per imparare qualcosa di nuovo. Il grande Leonardo da Vinci diceva: "Saper ascoltare significa possedere, oltre al proprio, il cervello degli altri".

2

FARE IN MODO CHE IL SILENZIO SIA MEGLIO DI 1000 PAROLE: quante volte lasciamo finire di parlare il nostro interlocutore? Quante volte lo interrompiamo? Bisogna riflettere prima di parlare ed è importante imparare ad ascoltare gli altri fino in fondo. È importante imparare a farsi da parte e a non interrompere il nostro interlocutore: solo così dimostreremo il rispetto che nutriamo nei suoi confronti e questo ci porterà ad avere tutte le informazioni di cui abbiamo bisogno per fare la giusta proposta ed arrivare ad una conclusione positiva.

4

FATE PIÙ DOMANDE: per migliorare la vostra capacità di ascolto attivo, bisogna imparare a porre domande al vostro interlocutore il più pertinenti possibili. Quindi date spazio sia alle domande aperte che a quelle più specifiche, per aiutarvi a chiarire gli aspetti della conversazione che non vi sono chiari o che volete comprendere più a fondo. Attraverso l'uso di domande appropriate dimostrate un interesse sincero verso il vostro interlocutore rimanendo comunque parte attiva della conversazione e allontanando eventuali distrazioni.

CONSEGNE RAPIDE IN TUTTA ITALIA - 12/48H



SHOP NOW!

DIVENTA NOSTRO CLIENTE!

REGISTRATI SUBITO...

WWW.MALFATTITACCHINIGROUP.IT



MALFATTITACCHINI



LETTERE DA...

Alessandro Braga
della Ferramenta Braga di Aprilia (LT)



Ci è giunto in redazione questo messaggio, che sottolinea il ruolo importante dei negozi di prossimità e del capitale umano che vi è possibile trovare.

Sono Alessandro Braga, lavoro nella ferramenta storica della mia famiglia da molti anni. Sono uno sportivo, appassionato della montagna e della pittura. Lo sport necessita di grinta, rafforza la mente e migliora l'autostima. Tutti questi sono ottimi presupposti per realizzare al meglio lavori di bricolage o anche piccole riparazioni domestiche, che appunto fanno emergere qualità nascoste e aiutano a superare ansie e difficoltà grazie al loro punto di forza: la manualità. È proprio per far fronte a queste esigenze che esistono piccole realtà come quella della mia famiglia che porta avanti da 40 anni! Pensiamo, per esempio, ad un cliente spaesato che non sa come riverniciare il cancello della sua casa, girando per la periferia della sua città, entra in una ferramenta di un piccolo quartiere e trova tutto ciò di cui ha bisogno: supporto, aiuti concreti, consigli e sorrisi genuini. Proprio così, la genuinità e la gentilezza che, purtroppo, si rischiano di perdere a causa degli acquisti online, dei social network e dei grandi magazzini. In questo periodo "buio" che sta colpendo la nostra nazione e di conseguenza ogni tipo di settore, le piccole attività cercano ogni giorno di lavorare nel rispetto delle norme di sicurezza trovando così file di clienti che attendono pazientemente il loro turno. Osservandoli, con stupore, ho notato che a differenza di ieri, oggi le persone hanno riscoperto l'arte della comunicazione e il valore inestimabile che essa nasconde. Evidentemente, questo scorrere del tempo in modo più lento ha fatto sì che le persone abbandonassero per un po' il concetto di "vita frenetica", riscoprendo così quello dell'attesa e della socializzazione con il prossimo. Quindi, cari clienti, cercate sempre il meglio in voi stessi ricordandovi però di chi è disposto a fare altrettanto per voi!

■ RICONOSCIMENTI Sonepar Italia si aggiudica il premio "Distributore dell'anno Omron 2019"

Sonepar Italia è per **Omron** il distributore dell'anno 2019. La targa è stata consegnata da **Massimo Porta, AD di Omron Electronics Italia** in un incontro dedicato, direttamente a Sergio Novello, Presidente e Ad dell'azienda specializzata della distribuzione di materiale elettrico in Italia e a **Marco Zambelli**, Direttore Sviluppo e Relazione Fornitori. Sonepar Italia si aggiudica il premio per le **migliori performance di vendita nell'anno ma anche per il coinvolgimento dei clienti**, la promozione che i referenti tecnici sono riusciti a realizzare sui territori, nonché per la proficua collaborazione instaurata con Omron su iniziative e progetti comuni. "Ringraziamo Omron - dichiara Sergio Novello, Presidente e AD di Sonepar Italia - per questo premio che riconosce competenze e capacità dei nostri referenti sui territori e che ci vede insieme protagonisti nella trasformazione in digitale delle aziende manifatturiere italiane, grazie all'automazione. Il 2019 è stato un buon anno in generale e il comparto industriale ha registrato per noi performance positive. Oggi siamo pronti per una buona ripartenza, certi di poter lavorare molto bene anche in futuro con Omron".



MyTidy, L'APP CHE RENDE SEMPLICE L'E-COMMERCE

INDISPENSABILE

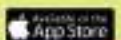
PRODOTTI on line
PROMOZIONI per data
PAGAMENTI (carta, contanti, ecc)
FIDELITY per i tuoi clienti
PIANO CONSEGNE per zone

IMMEDIATA

ATTIVA da subito
PRODOTTI inseriti da file xls
INTEGRATA con i gestionali

ECONOMICA

ZERO commissioni
PROVA gratuita



Tel. 800 98 50 93

www.mytidy.it

SCOPRI LA NUOVA EDIZIONE DEL NOSTRO CATALOGO
FERRAMENTA & UTENSILI
E CHIEDI UNA COPIA PER IL TUO NEGOZIO!



NOVITA'

- OLTRE 600 PAGINE!
- GAMMA PRODOTTI AMPLIATA
- LETTURA SEMPLIFICATA

**Malfatti
& Tacchini**
ferramenta dal 1908

NUOVA EDIZIONE

CATALOGO FERRAMENTA & UTENSILI

MALFATTITACCHINI

110
ANNIVERSARI

L'Italia è una delle regioni a maggior rischio sismico d'Europa e del Mondo.

Le Norme Tecniche per le Costruzioni (Nuove NTC 2018) IMPONGONO, per tutti i fissaggi strutturali, l'utilizzo di prodotti **certificati per zona sismica**, in categoria di prestazione **C2 (ELEVATO RISCHIO SISMICO)**, stabilendo la responsabilità di tutti i professionisti coinvolti nella progettazione ed esecuzione dei lavori.

In questa direzione, la **Tecfi S.p.A.** offre:

- un'ampia gamma di ancoranti testati e qualificati per utilizzo in zone ad elevato rischio sismico, secondo le più avanzate direttive nazionali ed europee
- un costante ed adeguato supporto tecnico-informativo, che garantisce ai professionisti tutte le indicazioni necessarie per la scelta del fissaggio più idoneo ad ogni applicazione
- un capillare supporto tecnico per l'utilizzatore, per una iniziale formazione sull'installazione

Ancoranti Certificati ETA-CE Opzione 1, per fissaggi su calcestruzzo fessurato e non fessurato, **Categoria di Prestazione C2-C1**, per fissaggi in aree ad elevato rischio sismico



HXE
Viti per calcestruzzo

C2 C1
SEISMIC FIXING



HVE
Ancoranti per Alte Prestazioni

C2 C1
SEISMIC FIXING



AJE
Ancoranti con lamierino

C2 C1
SEISMIC FIXING



Resine Certificate ETA-CE Opzione 1 & Opzione 7, per fissaggi su calcestruzzo fessurato e non fessurato e **Certificate per fissaggi in aree ad elevato rischio sismico**



SW
Resina epossidica bicomponente



DGE
Resina vinilestere bicomponente



SEISMIC FIXING
REBAR

Certificate per l'applicazione di barre d'armatura per getti di ripresa in zona sismica ed esposte al fuoco





■ INIZIATIVE

Mobil Plastic: grande successo per l'operazione "Crystal Box VIP"

In occasione dell'annuale meeting nazionale agenti, che si è tenuto a Firenze lo scorso settembre, Mobil Plastic SpA, ha espresso la propria soddisfazione per il successo registrato dalla promozione "Crystal Box VIP". Nel corso del 2019, l'azienda ha elaborato un **tris di pacchetti esclusivi che la rete agenti ha, poi, sottoposto a un numero limitato di clienti**, ricercati ed esclusivi, che sono diventati testimonial del brand Crystal Box rappresentandone la base iniziale di vendita. Per questo l'operazione "Crystal Box VIP" prevedeva anche un **contest fotografico denominato #unafotocrystal**: tutti i clienti che hanno sottoscritto uno dei pack promozionali avevano, infatti, il compito di realizzare una foto artistica e/o divertente all'esposizione realizzata con il materiale pubblicitario fornito da Mobil Plastic. Le tre fotografie che hanno ricevuto più like sui social dell'azienda sono state quelle realizzate da: **Ferramenta Vanoli Spa di Soncino (CR); Promio Utensili Srl di Alba (CN) e Patella Ferramenta S.R.L.U di Altamura (BA)**. Tutti e tre, come previsto, riceveranno un omaggio dall'azienda come ringraziamento per l'adesione all'iniziativa e per l'impegno dimostrato.

■ CONCORSI

Saint-Gobain: al via II Multi Comfort Student Contest 2021

Sono aperte le iscrizioni al **Multi Comfort Student Contest**, il concorso rivolto agli studenti di Architettura e Ingegneria Edile delle Università italiane organizzato da Saint-Gobain, basato sui principi del programma Multi Comfort: **efficienza energetica, sostenibilità, comfort e benessere**. Il concorso si compone di una fase nazionale e di una fase internazionale, alla quale prendono parte i team vincitori della prima. Le iscrizioni alla fase nazionale si chiuderanno il 13 novembre 2020; il termine di scadenza per l'invio dei progetti partecipanti è il 9 dicembre 2020; la premiazione avverrà, online, il 14 dicembre 2020. L'evento finale, che decreterà i vincitori assoluti, si terrà a Parigi dal 9 al 12 giugno 2021. L'edizione attuale avrebbe dovuto tenersi all'inizio 2020 per concludersi a giugno (sempre a Parigi), ma è stata procrastinata a causa dell'emergenza sanitaria.



Tubi flessibili
per idraulica e
termoidraulica

Nola (NA)
Tel. 081 5552579
info@amaflex.it
www.amaflex.it



■ SOLIDARIETÀ

Varta sostiene la Fondazione Banco Alimentare Onlus

Non solo prodotti innovativi e performanti, ma anche sostegno ai più bisognosi per combattere la povertà e l'esclusione sociale. **Varta supporta Fondazione Banco Alimentare**, la ONLUS che dal 1989, insieme alle organizzazioni Banco Alimentare territoriali, recupera eccedenze alimentari e le ridistribuisce gratuitamente ad associazioni ed enti caritativi sul territorio italiano. Acquistando un singolo blister di pile Varta a scelta tra tre diversi modelli **Varta darà un contributo economico a Banco Alimentare per sostenere i costi di recupero e distribuzione di alimenti pari a 300.000 pasti** per aiutare le persone in difficoltà nel nostro Paese. Il progetto si inserisce nel programma charity di respiro internazionale Varta Helps, che vede la collaborazione con diverse organizzazioni di beneficenza in Europa, Medio Oriente e Africa per fornire un sostegno reale e concreto ai bambini, all'ambiente e agli animali.



■ EMERGENZA SANITARIA

Ma-Fra ottiene l'autorizzazione per la produzione di disinfettanti

Il Ministero della Salute, nell'ambito delle misure per la prevenzione e gestione dell'emergenza epidemiologica da Covid-19, ai fini della tutela della salute pubblica, ha autorizzato MaFra per la **produzione e messa in commercio di prodotti biocidi disinfettanti appartenenti alle categorie auto, comunità e industria** validando i prodotti che MaFra ha ideato per dare il proprio contributo all'emergenza sanitaria. I prodotti MaFra che hanno ricevuto l'autorizzazione da parte del **Ministero della Salute** come biocidi disinfettanti con azione virucida sono Killvir (disinfettante per superfici con azione virucida a base di perossido d'idrogeno), Clovir (disinfettante per superfici, a base di ipoclorito di sodio, che oltre a un'azione virucida offre una disinfezione e una pulizia completa) e **Disinfettante Superfici Auto** (virucida, a base di perossido d'idrogeno). Questa autorizzazione garantisce che tali prodotti rispondano a tutti i requisiti che li rendono efficaci nella gestione dell'emergenza da Covid-19.



scopri
la gamma
prodotti
completa

GreenOil

LUBRIFICANTI

fidati di un leader!



OLIO DI VASELLINA GreenOil

Purissimo,
unico.
L'originale.



Via Siria, 27/29 - GROSSETO - Tel. 0564.457102 - Fax 0564.466493 - Cell. 348.9895811

info@greenoil.it · www.greenoil.it



■ INDAGINE

3M State of Science Index: fiducia totale nella scienza

La scienza aprirà la strada per la risoluzione delle più grandi sfide del mondo. Questo è quanto emerge dalla **ricerca annuale di 3M State of Science Index**. L'indagine di quest'anno mostra non solo che **l'immagine della scienza è in ascesa, ma anche che le soluzioni sostenibili rimangono cruciali**, che le barriere in ambito STEM e le disuguaglianze di genere e razza devono essere rimosse, e che le persone si aspettano che le partnership pubblico-privato risolvano i problemi che più hanno a cuore. Nel contesto di Covid-19, la fiducia nella scienza e negli scienziati è ai livelli più alti degli ultimi tre anni, dalla prima edizione dello State of Science Index. Oggi, l'89% degli intervistati si fida della scienza; l'86% si fida degli scienziati; il 77% ritiene più probabile, a seguito della pandemia, che la scienza abbia bisogno di maggiori finanziamenti; e più della metà (54%) è d'accordo sul fatto che la scienza sia molto importante per la propria vita quotidiana - un aumento a doppia cifra rispetto ai dati relativi al periodo precedente la pandemia (44%). A completare il quadro, **il 92% degli intervistati a livello globale ritiene che le misure messe in atto per contenere la pandemia globale dovrebbero seguire la scienza**, rivelando un'ulteriore dimostrazione di fiducia nei confronti della scienza stessa.

■ APERTURE

Bricofer Group S.p.A. inaugura a Perugia il primo Multi Department Store

Il marchio storico italiano del fai da te arricchisce l'esperienza dei clienti trasformando il punto vendita Self, in prossimità del centro di Perugia, nel primo negozio Bricofer multi - categoria per rendere sempre più performante l'esperienza di acquisto e rispondere agli stravolgimenti del periodo in termini di: aspettative, assistenza e convenienza. **Il nuovo store disporrà di una varietà assortimentale unica, figlia di una nuova strategia di 'category-management' incentrata sulla complementarietà e sulle promozioni cross-category**. Pensato per essere un riferimento anche per le famiglie, Bricofer Perugia, offrirà in un'unica soluzione tutti i prodotti che avrebbero richiesto successive shop expedition. Ai tradizionali settori Do it Yourself si affiancheranno, infatti, il settore personale care, detergenza per la casa;



Pet; Elettrodomestici (da incasso e libero posizionamento) e alimentare: vere novità del nuovo corso intrapreso. **Numerose le marche importanti in gamma per tutti i settori**. Interessante anche la nuova logica degli shop in shop prevista non solo per i nuovi marchi Blake (settore elettrodomestici) e Pet Love (settore articoli per animali), ma anche per il mondo casa con il marchio Dhomus.

NOVITÀ



KNIPEX Quality - Made in Germany

KNIPEX Cobra® XS

Morde come una pinza grande: la pinza regolabile per tubi e dadi completamente funzionale più piccola al mondo

- ▶ Accessibilità ottimale in spazi ristretti: design particolarmente compatto, testa molto affusolata
- ▶ Regolazione di precisione con una mano per un adattamento ottimale a diverse dimensioni del pezzo semplicemente spingendo
- ▶ Presa sicura e durevole grazie all'elevata resistenza all'usura

Per migliori informazioni sulla gamma KNIPEX, si prega di contattare:

Fabio Scollo | 366.6858385 | fscollo@knipex.com

■ ECONOMIA

Lombardia: flessione del Pil nel 2020 (-10,2%) e rimbalzo consistente nel 2021 (+6,9%)

La rapida e inattesa ripresa del manifatturiero in Italia apre uno spiraglio di fiducia in questo 2020 che ha messo in ginocchio l'economia delle piccole e medie imprese italiane. Secondo i dati riportati nel nuovo **booklet di Assolombarda, pubblicato sul web magazine Genio & Impresa** (genioimpresa.it), l'Istat ha infatti certificato il **ritorno completo della produzione industriale italiana sui livelli di attività precedenti alla pandemia, con un +0,4% rispetto a gennaio 2020**. Si tratta di una ripresa più veloce rispetto ai maggiori competitor europei, a evidenza della dinamicità del manifatturiero Made in Italy. Grazie alla ripresa del settore, la perdita a fine 2021 sarà più contenuta per le province lombarde come Lodi (-1,4% rispetto al 2019), Monza e Brianza (-2,4%) e Pavia (-3,6%), Milano (-5,1%), invece, risentirà maggiormente della lenta ripresa dei servizi. Panorama ancora incerto quello dei servizi che, considerando il rapido aumento dei contagi da Covid-19 nell'ultimo mese, potrebbe subire un ulteriore calo. **Nel 2020 il PIL lombardo fletterà del -10,2%**, più della media nazionale (-9,6%), ma nel 2021 registrerà un rimbalzo più consistente con un +6,9%, rispetto al +6,2% del totale nazionale. **A fine 2021 le perdite cumulate di PIL dell'Italia e della Lombardia saranno allineate intorno al -4%**.



www.omnipos365.it

PER UN PUNTO CASSA VINCENTE

L'EVOLUZIONE DEL PUNTO CASSA

omni
POS 365



■ UTENSILI I nuovi misuratori di distanza laser 1693 e 1693M di Beta Utensili

Beta Utensili presenta i nuovi misuratori di distanza laser 1693 (20 metri) e 1693M (80 metri), con custodia morbida in tela inclusa. **I pratici misuratori effettuano la misura di distanza singola e la misura continua.** Il misuratore 1693M include inoltre le funzioni di addizione/sottrazione, misura dell'area, misura del volume, misurazione inclinazione e misurazione indiretta variabile. La durata della batteria è pari a 4.000 misurazioni per entrambi i modelli, caratterizzati anche dalla funzione di autospegnimento. I prodotti sono inclusi nella promozione Ripartiamo Insieme, valida fino al 14/12/2020.



■ ANTITACCHEGGIO NEO NG10, l'antenna acrilica di Checkpoint Systems

Checkpoint Systems, specializzato nelle soluzioni source-to-shopper, presenta NG10, la prima antenna EAS acrilica dell'azienda alimentata da tecnologia NEO RF. L'antenna NG10 è caratterizzata da un design elegante e da una sottile struttura bianca o color antracite che sorregge dei pannelli trasparenti. **La soluzione ideale per tutti quei retailer che cercano un monitoraggio ad alte prestazioni e soluzioni antitaccheggio** che si inseriscano perfettamente in qualsiasi tipo di ambiente dello store in modo discreto, migliorandone profitti e riducendo le differenze inventariali. Grazie alla connettività ricca di funzionalità, ai miglioramenti in fatto di rilevazioni e alla tecnologia NEO RF, NG10 offre un **raggio d'azione potenziato fino al 35%**. In questa maniera gli store possono aumentare la distanza tra le antenne fino a 2,7m, creando ingressi puliti e accattivanti senza impattare sulle caratteristiche estetiche del punto vendita.

PROBLEMI DI CORROSIONE?



Possiamo aiutarvi con i nostri componenti di fissaggio in plastica



Il nostro ufficio tecnico è a vostra disposizione
per consigliarvi il tipo di materiale plastico adatto
alla vostra applicazione

TAPPI® & COMPONENTS

www.tappicomponents.it



ampio catalogo online

02-95067059 - info@tappicomponents.it

VIGOR®



il numero **UNO** nelle ferramenta

www.viglietta.com



■ ELETTROUTENSILI

DeWalt XR Flexvolt Ultra Power: potenza e libertà

Gli elettrodomestici a batteria DeWalt XR Flexvolt nel 2016 hanno trasformato il mercato cordless e, in questi anni, sono stati riconosciuti come i più potenti del settore. **Oggi gli elettrodomestici di nuova generazione, DeWalt 54V XR® Flexvolt Ultra Power, sono fino al 47% più potenti, rispetto ai precedenti modelli, grazie alla tecnologia XR Flexvolt migliorata**, alla componentistica rinnovata per sfruttare le potenzialità del motore Brushless incrementandone la potenza, alla combinazione di elettronica e software in grado di assorbire più potenza dalle batterie per migliorare l'efficienza del motore e alle dimensioni aumentate delle celle della batteria per ridurre l'impedenza e ottenere maggiori prestazioni e autonomia. **Sono tre gli elettrodomestici a batteria della gamma DeWalt XR Flexvolt che sono stati potenziati: la sega circolare, smerigliatrice angolare e il seghetto alternativo.**

■ BATTERIE

Einhell: il successo di Power X-Change

Einhell ha da poco **superato la soglia di 10 milioni di batterie al Litio vendute nel mondo appartenenti al Sistema Power X-Change**. La gamma di punta di Einhell, lanciata solo pochi anni fa, si sta affermando sempre più sul mercato e sta diventando un punto di riferimento per tutti coloro che desiderano effettuare lavori di fai da te e giardinaggio in piena libertà, sfruttando tutti gli elettrodomestici e attrezzi da giardino senza cavi o benzina ed utilizzando un solo tipo di batteria. **Il Sistema Power X-Change è in costante evoluzione ed espansione: ha superato i 100 attrezzi a batteria** e l'azienda ha come obiettivo primario il continuare a offrire ai consumatori una batteria innovativa in grado di adattarsi a qualsiasi dispositivo della gamma, che combini la moderna tecnologia delle batterie agli ioni di litio a evoluti componenti elettronici per garantire prodotti caratterizzati dalla massima durata, potenza e sicurezza.



**LA PROFESSIONALITÀ
A PORTATA DI...
UTENSILE A MANO**

LTF S.p.A. Via Cremona, 10 - 24051 Antegnate (BG) ITALY
TEL. +39 0363 94901 - ltf@lft.it - www.lft.it

Soluzioni per l'area
FAI-DA-TE
della tua ferramenta



Sfoggia il
**NOSTRO
CATALOGO!**



Ordina dalla
**NOSTRA
WEB-APP**

www.comferut.it

Via Sangallo 14, 37053, Cerea (VR)
tel: +39 0442 338311 - fax: +39 0442 332936
comferut@comferut.it



■ GARDENING

FITT Force: il nuovo tubo da giardino per uso intensivo

FITT, pioniera nella produzione e nello sviluppo di soluzioni ad alto contenuto innovativo finalizzate al passaggio di liquidi per uso domestico, professionale e industriale, lancia in Europa FITT Force un nuovo tubo resistente e leggero per utilizzi intensivi. **FITT Force è realizzato con un innovativo materiale in gomma termoplastica (TPV) che permette di impiegare il 50% in meno delle materie prime generalmente utilizzate per la produzione dei tradizionali tubi in PVC**, e diventa così 3 volte più compatto e 2 volte più leggero dei tubi da giardino presenti sul mercato. Il TPV unisce le caratteristiche della gomma vulcanizzata (flessibilità a temperature estreme -40°C + 80°C ed elevate proprietà meccaniche) alle proprietà di lavorabilità e riciclabilità dei materiali termoplastici e rende così il tubo maneggevole e altamente flessibile. Alla tecnologia NTS - introdotta da FITT negli anni 90 e diventata oggi uno standard universalmente riconosciuto - che impedisce la formazione di nodi e torsioni e garantisce un flusso costante di acqua, FITT Force affianca la tecnologia HD-TECH, che garantisce elevata resistenza all'abrasione e alle forature.



■ VERNICI

Nuova vita alle pareti del bagno con MaxMeyer

Ridipingere le pareti del bagno è una delle soluzioni più veloci, meno onerose e impegnative per rinnovare e donare nuova vita a questa stanza. Ma, trattandosi di un locale particolarmente soggetto all'umidità, è necessario impiegare una pittura idonea, adatta a questo ambiente, non attaccabile dalla muffa, capace di evitare l'insediamento di microrganismi e resistere ai getti d'acqua sulle pareti senza rovinarsi, assicurando al contempo un risultato esteticamente gradevole. **MaxMeyer** - il marchio di Cromology Italia che si rivolge, con una gamma dedicata, agli esperti di fai da te - offre il prodotto più adatto per rinnovare le pareti del bagno, preservando nel tempo l'aspetto e la salubrità di questo ambiente. **Fresh è la pittura murale supertraspirante ad alta copertura effetto opaco, ideale per bagni e cucine, colorabile a tintometro in un'ampia gamma di tinte pastello.**



■ ABBIGLIAMENTO TECNICO

New Nyborg, il nuovo giubbotto Softshell di Rossini

Rossini, azienda specializzata nella produzione di abbigliamento da lavoro, tecnico, DPI e specifico per il mondo Ho.Re.Ca, presenta il nuovo giubbotto da lavoro **New Nyborg** che implementa le qualità di **idrorepellenza, termoregolazione, comfort ed elasticità** del softshell con quattro plus-caratteristiche tech: Waterproof Protection grazie all'accoppiata tra tessuto impermeabile e il micro-pile con membrana 8000 mm WP e 800 MPV; Breathable Comfort che mantiene il corpo asciutto durante ogni attività lavorativa; fattore Extra Elastic che permette al capo d'abbigliamento di adattarsi perfettamente al corpo, offrendo massima libertà di movimento e Durable Textile, che aumenta il ciclo di vita del capo grazie all'uso di una trama resistente alla trazione e all'abrasione.

■ DECORATIVI

Gli effetti naturali della pietra prendono vita grazie al decorativo San Marco

Equilibrio, eleganza e matericità: **Madrepetra, Roccia, Pietraluna e Basalto** sono i quattro nuovi effetti decorativi che prendono forma dal **rivestimento di fondo Rilievo**. Nascono così sfumature e contrasti ricercati che creano un'inedita armonia negli ambienti. In sintonia con gli ultimi trend di design e arredamento, il rivestimento Rilievo di **San Marco** si distingue per le **texture strutturate e irregolari ad alto spessore**, in grado di rievocare la **superficie e la resa visiva della pietra naturale**. Ricreati grazie all'uso professionale e delicato del frattazzo, i quattro effetti sono definiti a seconda delle incisioni e della lavorazione della superficie.

Madrepetra e Roccia sono caratterizzati da **irregolarità naturali**, intrinseche alla pietra stessa, mentre le **porosità e sfumature** dell'effetto Pietraluna richiamano la crosta lunare. Fedeli alla materia originaria, le **striature disomogenee** di Basalto ricordano colate laviche solidificate.



www.fumasi.it - info@fumasi.it

Gimap S.r.l

Zona Ind. Giabbio 23834 Premana (LC)

Tel. +39 (0) 341/810000 - 810003 Fax +39 (0) 341/890765

SOSTIENI L'ITALIA CHE LAVORA

SCEGLI LA QUALITA' FUMASI

VIGOR®



il numero **UNO** nelle ferramenta

www.viglietta.com



■ INSETTICIDI

Formiche e scarafaggi: vade retro con Vape

Vape aiuta a sfidare l'invasione di scarafaggi e formiche e a prevenire la formazione di nuove colonie grazie a Vape Sciarafaggi & Formiche Stop. **Lo spray, è dotato di una cannuccia per applicazione di precisione, e di principi attivi che creano un effetto barriera attiva, che contrasta future infestazioni.** Il prodotto è adatto all'uso domestico ed ha un'azione immediata nel contrastare scarafaggi, formiche ed altri insetti striscianti: il suo erogatore di precisione permette di raggiungere anche le zone più difficili e gli angoli più nascosti della casa. Oltre a sconfiggere le infestazioni in ambienti interni ed esterni, Vape Sciarafaggi & Formiche Stop è particolarmente adatto anche alla prevenzione delle invasioni, se spruzzato sugli ingressi o davanzali delle finestre.

■ UTENSILI PROFESSIONALI

Un taglio netto con la forbice per elettricisti Usag 207D

Usag presenta la nuova forbice 207 D dedicata ai professionisti del settore elettrico. Questi i plus che la contraddistinguono: l'impugnatura ergonomica, progettata in tecnopolimero caricato vetro, è resistente alla flessione fino a 80 kg; le lame – forgiate in acciaio inox – oltre che ad essere robuste, conferiscono alla forbice un taglio particolarmente fluido. **Possiedono una particolare microdentatura e una gola tagliacavi per recidere cavi con diametro fino a 50 mm²; le asole dell'impugnatura sono maggiorate e permettono di inserire due dita per tagliare con più efficacia.** La forbice 207 D è fornita con un apposito supporto per cintura in materiale plastico ad alta resistenza con blocco di sicurezza.



AirFlow™ 3 Compact Combi
Pistola Pneumatica per Cartucce
Sacchetti 600mL

10081/3

Pistola ad aria compressa polivalente per cartucce ml. 280/310 e sacchetti ml. 310/400/600. Semplice da convertire, leggera, con impugnatura e grilletto ergonomici in polimero. Dotata di silenziatore e sistema con valvola deflusso istantaneo dell'aria. Completa di serie 5 beccucci.



MK™ TS447 X-625
Pistola Pneumatica Bi-mixer
580mL

10625/MK

Pistola ultra potente (6.25kN di spinta) disegnata per erogare sigillanti e adesivi altamente viscosi in cartucce bi-componenti da 580ml in rapporto di miscelazione 1:1. Applicazione adesivo e regolazione della pressione con una mano.



**ElectraFlow™ Dual Ultra
VBE400 MR**
Pistola a batteria per cartucce
Bi-mixer 400mL

10001/400/MR

Pistola ultra performante a batteria a Litio BOSCH da 18V per applicazione di adesivi e sigillanti altamente viscosi in cartucce bi-componenti da 400ml in ogni rapporto di miscelazione (1:1, 2:1, 4:1 e 10:1). Spinta da 5kN. Affidabile, precisa, facile nel convertire i rapporti di miscelazione.

LA SCELTA DEI PROFESSIONISTI

Distributore autorizzato

COX™
A Salsar Brand

MK™
A Salsar Brand

Visitando il nostro sito potrete scegliere tra una vasta gamma di pistole per schiuma poliuretaniche.
www.eurochimica.eu



EL **LAMA SNC**
di GALIMBERTI PIERLUIGI e PAOLO
EUROCHIMICA

Catene da neve

e dispositivi per la trazione invernale



Y 0117 psp/01

- RX-7 mm
- NX-7 mm
- R-9 mm
- R-12 mm



Auto



Y 0117 psp/01

- S-12 mm
- S-16 mm



SUV, Furgoni, Camper, 4x4



Y 0117 psp/01



Auto, SUV, Furgoni, Camper, 4x4



Vasta gamma di espositori per l'allestimento del punto vendita



La più ampia gamma di accessori auto e camion



■ CALZATURE

Monza 2.0 by Garsport: l'evoluzione di un'icona

2.0 è sinonimo di evoluzione per uno dei prodotti di punta dell'azienda Garsport. La nuova variante Navy/Red andrà ad integrare la precedente linea Michelin Technical Outsoles. **Dotata di tomaia in suede + mesh super resistente, la nuova Monza presenta un design unico, molto vicino al mondo delle sneakers.** La tomaia garantisce una traspirabilità migliore rispetto ad una classica scarpa da lavoro, conferendo all'utente un comfort maggiore nell'arco della giornata. La suola Michelin in Eva + gomma, con battistrada ideata in esclusiva per Garsport, assicura comodità e affidabilità anche dopo molte ore di lavoro. Il puntale in alluminio e la lamina in composito Evolution 2 permettono il rispetto delle norme di sicurezza, pur mantenendo un'estetica giovane e innovativa.



■ CAR CARE

Auto perfetta con il lubrificante al silicone WD-40 Specialist

Con il trascorrere del tempo la nostra auto necessita di cure e di manutenzione perché possa garantirci sempre sicurezza e una durata prolungata negli anni. È quindi importante effettuare una manutenzione costante alle parti più esposte alle condizioni climatiche, allo sporco proveniente dalla strada e soprattutto all'usura. Per ottenere con immediatezza grandi risultati e ottime performance, il miglior alleato è il **Lubrificante al Silicene della gamma WD-40 Specialist**: un prodotto a base silicica di alta qualità con eccellenti proprietà lubrificanti per assicurare il perfetto movimento delle parti. È infatti un lubrificante, protettivo, antiadesivo, idrorepellente, lucidante, isolante e scivolante, utilizzabile su diversi materiali come la gomma, la plastica, il metallo e il legno.

Sempre più in alto ALLA RICERCA DELLA PERFEZIONE



il numero **UNO** nelle ferramenta

www.viglietta.com



Axel Group ancora **più** **vicini** agli affiliati

Importanti novità da parte dei distributori con servizi utili e attuali per fortificare l'unione tra gli affiliati e i propri clienti in questo particolare momento.



La Axcel Group S.c.a r.l. è un'azienda specializzata nel settore di prodotti di ferramenta e per il giardinaggio. In attività da oltre 20 anni, raccoglie sotto il nome di Axcel Point diversi punti vendita in tutta Italia. La sua politica non è quella di proporre i prodotti al prezzo più basso, ma di ricercare il **miglior compromesso tra qualità e prezzo**: il risultato è la distribuzione di prodotti di media/alta qualità, controllati e quindi garantiti dal Gruppo, ad un prezzo competitivo. Anche in quest'anno particolare, caratterizzato dal blocco dovuto all'emergenza sanitaria e da tutte le difficoltà da essa scaturite, la società non si è fermata ed è pronta a ripartire più forte di prima, con progetti rinnovati e carichi di iniziative. A partire dal 2018, il programma degli "Axcel Point" aveva già permesso all'azienda di creare una rete di negozi e, in particolare, di **supportare i singoli punti vendita aderenti al programma con un lavoro di immagine e marketing coordinato ed esclusivo**. Poi, nel 2019, la creazione di una piattaforma logistica centralizzata semplifica le dinamiche collegate alle giacenze, all'inevaso e alle capacità di immagazzinare le merci da parte dei soci, oltre che migliorare l'intera organizzazione di gestione e spedizione delle merci. Oggi, la Axcel Group si propone di essere ancor più vicina ai propri affiliati, ampliando ulteriormente i vantaggi di essere un "Axcel Point". Il **rivenditore affiliato con la Carta Fedeltà garantisce sconti e promozioni esclusive al suo cliente**, inoltre prende diretto contatto con

il cliente finale, con il quale comunica tramite i canali whatsapp, email, sms e social network.

Ciò che Axcel offre sono informazioni dirette sull'utilizzo dei prodotti Axcel nei vari settori, che vanno dal decoupage, al giardinaggio al bricolage e informazioni nelle diverse aree del "fai da te" invitando i clienti a tornare nel punto vendita affiliato. Rispetto a questa nuova attività **Fabio Villa, Responsabile Marketing del gruppo, ci racconta quali sono le finalità e gli scopi che la società intende raggiungere**. "Credo che mai come quest'anno le persone abbiano sperimentato la solitudine, l'isolamento, la distanza. L'emergenza purtroppo ci ha tenuto tutti lontani. Proprio da qui noi vogliamo ripartire instaurando un contatto diverso ma continuo che ci permetta di star vicini comunque alla nostra clientela. **Certamente, lo scopo principale rimane sempre quello della fidelizzazione**.

Ma non possiamo più limitarci a proporre sconti o promozioni sui prodotti; dobbiamo dare qualcosa in più, specialmente ai nostri clienti affiliati. Così, abbiamo deciso con il mio team, di inserire attività utili ed interessanti per il consumatore finale, nonché **nuovi strumenti per favorire e semplificare il lavoro dei nostri affiliati**. Per i negozianti che aderiscono al nostro programma, abbiamo predisposto un **servizio on line con dei tutorial mirati ad accrescere le competenze dei diversi aspetti del loro lavoro e nella comunicazione per servire al meglio la propria clientela**".



EASYMIX

L'INNOVATIVO FISSAGGIO
CHIMICO-MECCANICO

PRONTO RAPIDO
E SEMPLICE



VIDEO



KIT EASYMIX
M8x140 ø16
M10x140 ø16

- Caldaia da muro • Corrimani • Mensole e sospensioni
- Portoni basculanti • Staffe • Quadri elettrici • Sanitari

KIT EASYMIX
M10x140 ø16
PER USO ESTERNO

- Canaline esterne • Staffe per condizionatori • Parabole • Segnaletica
- Illuminazione esterna • Supporti per tubazioni e condotte esterne

INDOOR



OUTDOOR



ITW

Scopri di più
www.itw-italy.com

spit

Sandokan: **innovazione** Made in Italy

Il 2020 è un anno di profondi cambiamenti, il coraggio e la determinazione è l'approccio scelto da Euroequipe, che, negli ultimi anni, ha avviato la ricerca e sviluppo di nuove tecnologie consolidate con brevetti Internazionali.

Euroequipe rappresenta una concreta alternativa al made in Cina con le autorevoli ed eccellenti tecnologie MADE IN ITALY. I prodotti sviluppati sono apprezzati in tutto il mondo, grazie ad **una strategia aziendale centrata sull'export**. I primi sviluppati sono stati gli insect killer ad aspirazione ormai un must della lotta alle zanzare. Successivamente c'è stato lo sviluppo di tubi "idroeasy" estensibili e superleggeri, unici al mondo per leggerezza compattezza, atossici e flessibili anche alle basse temperature.

Il 2021 sarà la data del lancio degli insect killer a scarica realizzati in Italia con il brevetto dei polimeri conduttivi e policarbonato



autoestinguento. I nuovi insect killer a scarica Sandokan sono caratterizzati da una elevata efficienza di cattura ed una notevole sicurezza data dalla natura dei tecnopolimeri utilizzati e dalla accurata progettazione funzionale. **La ricerca e sviluppo della frequenza luminosa più adeguata alla cattura selettiva delle zanzare coadiuva la riuscita del progetto.** La ricerca di attrattivi per rendere ancora più efficiente la cattura. Il desing ricercato e raffinato per poter convivere con gli elettrodomestici tra le eleganti pareti domestiche. Il costo è alla portata di tutti con un entrylevel da euro 14,90 al pubblico. **Il consumo risibile consente l'utilizzo H24 con consumi 10 volte inferiori ad articoli assimilabili.**

L'alimentazione con USB a 5 volt permette un utilizzo smart senza rete elettrica, con powerbank. L'isolamento galvanico che ha ottenuto, con la accurata progettazione elettronica, il CE italiano, rendono davvero sicuro l'insect killer.



Vuoi che il tuo negozio guadagni di più??



ARREDAMENTI MODULARI Componibili

Distributori per l'Italia di:

Tegometall Geck

Selfit s.r.l

via del legno 9 - 20851 Lissone (MB) - Italy - t. 039 4669177- www.selfitsrl.com - info@selfitsrl.com

SELFIT

Personalizzare i rivenditori: la sfida di **Groovy**



**Groovy S.r.l. è un'intraprendente
azienda italiana specializzata
nella fornitura di accessori per la
telefonia mobile.**

Groovy nasce con l'ambizione di offrire **articoli elettronici**, congiuntamente a **un'esperienza d'acquisto alternativa** e a un **prezzo competitivo**. A quanti succede che il cellulare si scarichi nel momento meno opportuno? Groovy risponde a questo tipo di «esigenza-emergenza» distribuendo una gamma di accessori dagli alti standard qualitativi nei luoghi di maggiore utilizzo. Fin dall'inizio hanno valorizzato il **prodotto** investendo nell'innovazione dei canali distributivi. Con il supporto di uno **studio di design e comunicazione** progettano



gli articoli facendo leva **sull'appeal estetico e sulla funzionalità**. Non a caso hanno lanciato un **espositore** completamente rinnovato, frutto del potenziamento della gamma e delle dinamiche più recenti di visual merchandising. Il design e i prodotti **contemporanei** al suo interno garantiscono un' **esperienza** sempre più d'impatto: gli articoli stimolano l' **acquisto d'impulso** e, pertanto, una vendita ad **alta rotazione**. Continua ad ampliarsi anche la gamma di **dispenser**: alcuni prodotti, infatti, sono dotati di **pack personalizzato** e inseriti all'interno di un **dispenser dedicato**. Le dimensioni del dispenser permettono di posizionarlo **accanto all'espositore**, attirando l'attenzione dei clienti su degli articoli più contemporanei. Non finisce qui. Groovy sta progettando alcuni **materiali** che possano essere di sostegno per i **rivenditori**, facendo leva sui tratti aziendali distintivi. Hanno già distribuito un **originale adesivo** per le **vetrine** dei negozi: un metodo efficace per **catturare l'attenzione** dei clienti fin dall'esterno, incoraggiandoli ad entrare e a riconoscere i rivenditori come **punto vendita di accessori mobile Groovy**.

DAL 2017 ABBIAMO RAGGIUNTO:

OLTRE 9.000
PUNTI VENDITA IN TUTTA ITALIA

2.000.000 DI PEZZI
VENDUTI

OLTRE 1.000.000
DI REFILL PRODOTTO

Questi risultati ci stimolano
a fare ogni giorno di più.




MAB.tools presenta i nuovi dischi **Power**



VANTAGGI

I dischi POWER Slit batteria garantiscono:

- > facilità d'uso;
- > versatilità;
- > taglio netto e preciso;
- > taglio senza surriscaldamento

Per informazioni e campioni è possibile contattare l'azienda a info@mabtools.it

CARATTERISTICHE TECNICHE

La presenza della batteria limita l'autonomia della smerigliatrice e non garantisce una potenza costante (in particolare tra diversi produttori di utensili). È quindi importante che il disco assicuri un taglio rapido senza sforzo. Con questi obiettivi il reparto di ricerca e sviluppo di MAB.tools ha sviluppato la miscela abrasiva ideale che consente di aumentare sensibilmente il numero di tagli per carica della batteria.

Dopo aver lanciato sul mercato nel 2005 il disco sottile da taglio ceramico e nel 2009 il disco universale taglio e sbavo, MAB.tools è fiera di presentarvi il disco batteria.



MAB.tools presenta i dischi POWER Slit batteria, l'ultima novità della gamma Power composta da un assortimento completo di utensili abrasivi, che include dischi rinforzati resinoidi, dischi lamellari, ruote lamellari, dischi in fibra vulcanizzata, abrasivi applicati, dischi diamantati per edilizia, frese lime al carburo e mole con gambo. **I dischi POWER Slit per smerigliatrici a batteria garantiscono un taglio netto e preciso**, versatilità, facilità d'uso e taglio senza surriscaldamento. Possono essere utilizzati su tutti i materiali e per la loro eccezionale facilità di taglio offrono un grande comfort per l'utente.

ITALCHIAVI

RIVENDITORE AUTORIZZATO
ESCLUSIVO PER L'ITALIA

SWISS MADE  SINCE 1886

FOS

SINCE 1886



SWISS MADE 




ITALCHIAVI
www.italchiavi.it

**VIENI A SCOPRIRE ANCHE IL SERVIZIO
DI LOGATURA CHIAVI E PORTACHIAVI**



ITALCHIAVI

www.italchiavi.it

Via G. Botero, 71 - 00179 RM - Tel. 06.7843717 / Fax 06.62292033
Email: italchiavi_amm.ne@virgilio.it

Malfatti&Tacchini: una **nuova sfida** da cogliere

L'azienda milanese da più di 110 anni distribuisce serrature e accessori, cilindri, chiavi e ferramenta ai negozi al dettaglio.

L'azienda milanese, presente su quasi tutto il nostro territorio nazionale grazie alla sua rete di vendita specializzata, porta avanti fermamente la sua **mission** (distribuire capillarmente tutti i prodotti sul catalogo nel minor tempo possibile); la sua **vision** (fidelizzare i clienti con risposte veloci, personale tecnico, proponendo articoli sempre nuovi orientati al continuo sviluppo dell'elettronica); ed infine i **suoi valori**, che da sempre sono: il servizio e l'attenzione al cliente, che è "al centro di tutto" ed infine **l'innovazione**, senza la quale non ci sarebbe miglioramento per l'intera filiera di appartenenza, dalla produzione fino alla vendita al consumatore finale.

Malfatti&Tacchini, proprio per parlare di innovazione non-stop, sta investendo con un partner in ricerca & sviluppo su un software di



intelligenza artificiale che servirà per supportare il ciclo passivo (dalla lettura delle conferme ordini dei fornitori, all'inserimento dei dati nel gestionale, all'arrivo della merce, al controllo dell'ordine, e poi al controllo delle fatture e dei prezzi in amministrazione).

Oltre a questo investimento, è in chiusura questo mese la fase di ultimo test del **sito e-commerce B2B completamente rivisitato e rinnovato che sarà disponibile per tutti i clienti più curiosi entro la fine di novembre**. Il sito è stato migliorato a livello estetico, di risoluzione delle immagini, e reso più veloce nel caricamento dei dati, si può anche interrogare la giacenza di magazzino in tempo reale, e c'è **un pannello tutto nuovo per gli agenti di commercio che lavorano già oggi sempre connessi** e che avranno notevoli facilitazioni della gestione degli ordini, del loro storico, della scontistica, delle premialità, e delle richieste di preventivi per tutti gli articoli non presenti a catalogo da parte della clientela. **L'unico modo per restare uniti è invitare i negozi di sicurezza e ferramenta ad usare il pc e lo smartphone** coi loro collaboratori e i loro clienti (fabbri, posatori, falegnami, operai, e utilizzatori finali.. ecc). Questi strumenti che vengono già usati per essere presenti sui social network o per chattare, dovrebbero diventare il mezzo di lavoro quotidiano per comprare e vendere prodotti di sicurezza o ferramenta, anche quelli più specializzati.



Infiltrazioni?

Facile, il pratico KIT dedicato alle impermeabilizzazioni "Fai da Te"

LASTRE METALLICHE
E IN FIBROCEMENTO

TEGOLE E COPPI
IN LATERIZIO

BAGNI, DOCCE,
AREE UMIDE

VECCHIE GUAINE
A ROTOLI

TERRAZZE
E BALCONI

GAZEBO E
SUPPORTI IN LEGNO

IL KIT CONTIENE



RULLO



TELA DI RINFORZO



GUANTI



IMPERMEABILIZZANTE

Facile

Lavamani contro vernici, colle e siliconi

Gel con microgranuli minerali derivati dalla pomice e arricchito con sericina emolliente.



TIPO DI SPORCO E CAMPI DI APPLICAZIONE

TIPO DI SPORCO

- > Vernici
- > Schiume poliuretatiche
- > Smalto
- > Sigillanti
- > Ruggine
- > Grafite
- > Colle
- > Resine

CAMPI

- #### DI APPLICAZIONE
- > Carrozzeri
 - > Serramentisti
 - > Costruttori edili
 - > Tipografi
 - > Conciatori vini/pelle

Di color rosso e dal profumo di sandalo patchouli, **la Rossa in Gel si caratterizza per le sue ottime**

proprietà detergenti ed emollienti,

queste ultime dettate dalla presenza della sericina, proteina naturale derivata dal baco da seta.

Contiene un **solvente specifico per la rimozione delle vernici e microgranuli minerali derivati dalla pomice,** i quali

conferiscono maggior forza alla sua azione pulente. Risulta essere ideale per la rimozione degli sporchi speciali molto tenaci quali vernici, schiuma poliuretantica, colle e siliconi.

70 ANNI DI STRADA



AMPIA GAMMA DI MODELLI BREVETTATI - MATERIALI ECOLOGICI E RICICLABILI - CREAZIONI SU RICHIESTA DEL CLIENTE
MIGLIOR RAPPORTO QUALITA'/PREZZO - LUNGA DURATA



L'INNOVAZIONE È NEL NOSTRO DNA
Da 4 generazioni costruiamo attrezzatura per la pulizia di ambienti esterni per ogni superficie, massimizzando il risultato pulente con il minimo sforzo.

Tutti i prodotti su www.jollysrl.com


JOLLY
industrial cleaning equipment

Dealer +39 348 648 8028
Via Martiri d'Italia, 43
10014 Caluso (Torino) Italy
info@jollysrl.com

Oggi con **Silca S.p.A.** diventi **Pro**



Silca è da sempre sinonimo di servizi duplicazione e di chiavi. È un marchio che si è fatto conoscere, nel mondo, fin dagli esordi.



Silca è anche una storia lunga e felice, costruita attraverso tante **relazioni solide ed interessanti** che in Italia si sono sviluppate grazie a clienti, distributori e grossisti appassionati e preparati, capaci soprattutto di evolvere insieme all'azienda e di raccoglierne le sfide. Sfide che negli anni non sono mancate mai. Prima fra tutte ad introdurre la duplicazione elettronica, **Silca è stata poi antesignana attraverso i suoi prodotti ed i servizi automotive e, oggi, con gli ultimi nati: i servizi digitali.** Ciascuno di questi passaggi ha siglato un punto di svolta anche per l'intero

settore l'azienda ne è orgogliosa. Due chiavi nuove al giorno, centinaia di modelli di duplicatrice diversi, **un know-how unico che ha reso possibili relazioni esclusive con la distribuzione e con i produttori di originali sia del settore Automotive che dei produttori di Serrature in Europa.**

Silca è un'azienda a cui piace mettersi alla prova misurandosi, anche attraverso le certificazioni, innovando i propri processi in modo continuo e testandoli continuamente. Hanno infatti certificato la quasi totalità dei loro processi e prodotti. Il prossimo capitolo che Silca aprirà sarà **la digitalizzazione dei processi lavorativi nei punti vendita.** Sarà il modo scelto dall'azienda per essere vicini ai propri clienti aiutandoli a gestire al meglio la professione in una realtà che cambia velocemente. Quest'ultima è una vera sfida, che le distanze obbligate dell'ultimo periodo, hanno reso ancor più utile per ripensare il servizio e la fruizione di informazioni. L'evoluzione digitale di Silca passa attraverso **MYKEYS Pro**, una piattaforma unica per il settore che contribuirà al lavoro di duplicatori e specialisti con apporti formativi ed informativi tutti disponibili in un'unica fonte per consentire di accedere online al meglio delle conoscenze e dei prodotti Silca e fare un uso migliore del proprio tempo.





ROSI
Energy for You

Produzione materiale elettrico dal 1975

PROIETTORI PORTATILI

LED

Struttura in metallo
con impugnatura
ergonomica

Cavo H05RN-F
1,5m

Staffa regolabile con
manopola girevole

Corpo in alluminio
pressofuso con
vernice epossidica

Ottica antiabbaglio

IP65

Spina Schuko

Modelli disponibili:

30W 2700Lm 4000K

50W 4400Lm 4000K

70W 6000Lm 4000K

100W 8000Lm 4000K

Disponibile versione
ricaricabile
a batteria



30W 1800Lm 4000K

PROIETTORI CON TREPPIEDI

LED

Modelli disponibili:

50W 4400Lm 4000K

2x50W 2x4400Lm 4000K

IP65



Una storia di **qualità**



Sogenex, divenuta in seguito TOOD, è nata nei primi anni Novanta come azienda import export, grazie alla brillante intuizione di Nicola Carbone, esperto venditore e creatore di prodotti per il fai da te.

Nei primi anni 2000 con i cambiamenti e l'evoluzione del mercato e le conseguenti difficoltà ad avere il controllo sui prodotti di pura commercializzazione, l'azienda a conduzione familiare ha sentito la necessità di creare **un'identità riconoscibile sul mercato**, creando una gamma di articoli studiati e realizzati internamente. **Nel 2002 nasce per questo il marchio TOOD** (acronimo di Tool and Goods Solutions) e la linea di prodotti specializzati nella sistemazione degli utensili per il fai da te. La TOOD ha iniziato a produrre i primi prodotti, commissionando uno svariato numero di stampi e attrezzature e acquisendo una piccola fabbrica di stampaggio nell'Alto Vicentino. **Il primo**



articolo, nello specifico è stato un carrello in plastica portautensili modulare. L'importante investimento iniziale ha dato i suoi primi risultati e grazie all'ottima risposta del mercato è stata ampliata la gamma degli articoli in poco tempo, riuscendo ad offrire ai clienti un'ampia serie di prodotti: carrelli portautensili, valigette, porta minuterie e cassettiere. **Nel 2006 l'azienda si espande acquisendo una unità produttiva in Slovacchia date le necessità di aumentare la produzione.** Questo passaggio è fondamentale per la strategia di crescita di TOOD, in quanto ha permesso di raddoppiare la capacità produttiva e di entrare nei mercati dell'Europa dell'est in una fase di veloce evoluzione con l'apertura di molti centri del fai da te specializzati e catene di grande distribuzione. **Dal 2017, TOOD è stata acquisita dal GruppoScherer**, specializzato nel settore dello stampaggio di materie plastiche e della pressofusione in alluminio. **Questa unione ha permesso a TOOD di rafforzarsi utilizzando la struttura produttiva delle tre fabbriche dislocate tra Germania, Slovacchia e Italia** e integrando e potenziando la propria rete distributiva con agenti nei mercati principali quali Italia, Francia, Spagna e Germania.



DOCICHEM

IGIENIZZANTE Surface



Azione rapida

Rimuove germi



Senza risciacquo

Per tutte le superfici



FORMATI
DISPONIBILI:  500 ml  5 Lt

Per avere maggiori informazioni
contattaci al numero +39 0382 812511
oppure scrivici a info@docchem.com.

IGIENIZZANTE SUPERFICI

Igienizzante detergente ad azione rapida **senza risciacquo**.
Grazie alla sua formula con alcool consente di rimuovere
sporco e germi da tutte le superfici, sia negli ambienti
domestici e di lavoro che in quelli pubblici come
scuole/uffici/showroom/palestre.

iFerr magazine

Partner ufficiale di
www.ersi.it



**Editore Marketing & Multimedia
Ma.Mu SRL**

Costo Abbonamento **46,00 euro**

In alternativa collegati a www.iferronline.com
e inoltre la richiesta per ricevere la rivista in omaggio
dal tuo grossista

Direzione Amministrativa

Piazza Eculea 11
20122 Milano

Sedi:

Sondrio

Piazza Castello, 4
23022 Chiavenna (SO)

Milano

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

Direttore Responsabile

Roberto Galimberti

Direttore Editoriale

Sebastian Galimberti

Coordinamento Editoriale

Paola Rotondo
paola.rotondo@iferr.com

AD e Grafica

Massimo D'Onofrio
info@grafichouse.org

Segreteria di Redazione

Stefania Patella
promozioni@iferr.com

Ufficio Commerciale

Francesco Fragoneni
francesco.fragoneni@iferr.com
Jacopo Fugazza
jacopo.fugazza@iferronline.com

Ufficio Amministrazione

Lina Rossi
mamu.amministrazione@gmail.com

Stampa

Tipografia LA GRAFICA s.r.l.
Via XXI Aprile, 80 - 29121 Piacenza
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, Benito Lagotti, Claudia Reali,
Paolo Barracano, Rocco Fusillo, Christian Catalini, Remo Rizzi,
Mauro Saggiolato.

iFerr magazine

www.iferr.com



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

BMP[®] TAPPI

 **YAMAHA**
RACING

PRIMARY SPONSOR
WORLDSBK OFFICIAL TEAM



PERCHÉ
I MIGLIORI
SCELGONO
L'ECCELLENZA

Viale delle Industrie, 9 - 20040 Cambiagio (MI)

www.bmp-tappi.it - info@bmp-tappi.it - Tel. +39 02 95308330

A GENNAIO NON

1 NUOVO CATALOGO GENERALE 2021

25.000 referenze selezionate tra
i migliori marchi nazionali ed esteri



SCEGLI IL NOSTRO

AVRAI PIÙ SCUSE

2 I NOSTRI SERVIZI SENZA PARI



Ordini fino a tarda sera e ricevi entro 24 ore, anche il sabato



3 PORTALE **SMARTWEB** *fast*

Nuova release superveloce
scegli i prodotti e ordini in autonomia
dal tuo PC o Tablet

SERVIZIO!

Numero Verde
800-17.68.69



operazione
LEGITTIMA DIFESA POINT



**LA SICUREZZA
NON HA CRISI**

Investi in sicurezza.
Diventa anche tu un
Legittima Difesa Point.
NEL 2020 APERTI OLTRE
45 POINT.

FORNITORI UFFICIALI DI:




**DEFENCE
SYSTEM
2.0**

PER ORDINARE:

Numero Verde

800 97 44 77

Lunedì - Venerdì 09:00 - 19:00

info@defencesystem.it
www.defencesystem.it

Iscriviti al nostro B2B: shop.defencesystem.it