



# iFerr magazine

SPECIALE  
PANEL DISTRIBUTORI  
2023

.com

N. 101 Anno 2023

Pubblicazione Mensile

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

Le  
magnifiche  
linee

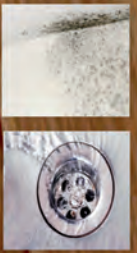




# WOLF<sup>®</sup> Casa



**Per la cura,  
l'igiene e la pulizia  
di tutta la casa**



**1969... 2023**



**E..siamo ancora qua...  
eh già!...**

**WOLF srl**

Via Praga, 14 - 20021 Bollate (MI) - Tel. +39 02.35.10.259 - info@wolflavamani.com - www.wolflavamani.com



# ITALCHIAVI®

www.italchiavi.it

*Domande?  
Richieste?  
Ordini?*

Consulta i cataloghi  
sul nostro sito

**italchiavi.it**

- CHIAVI ORIGINALI
- CHIUSURE
- ACCESSORI - RICAMBI
- DUPLICATRICI - CASSEFORTI
- CHIAVI AUTO - TRASPONDER
- RADIOCOMANDI WHY | SICE
- FRESE FOS



**Whatsapp**  
**+39 342 199 6658**  
Numero whatsapp per tutte le tue richieste via chat  
SCANSIONA IL QR CODE PER MEMORIZZARCI



Via G. Botero, 71 - 00179 Roma  
Tel. +39 06 784 3717 - Fax +39 06 6229 2033  
italchiavi\_amm.ne@virgilio.it [www.italchiavi.it](http://www.italchiavi.it)

RIVENDITORE  
ESCLUSIVO

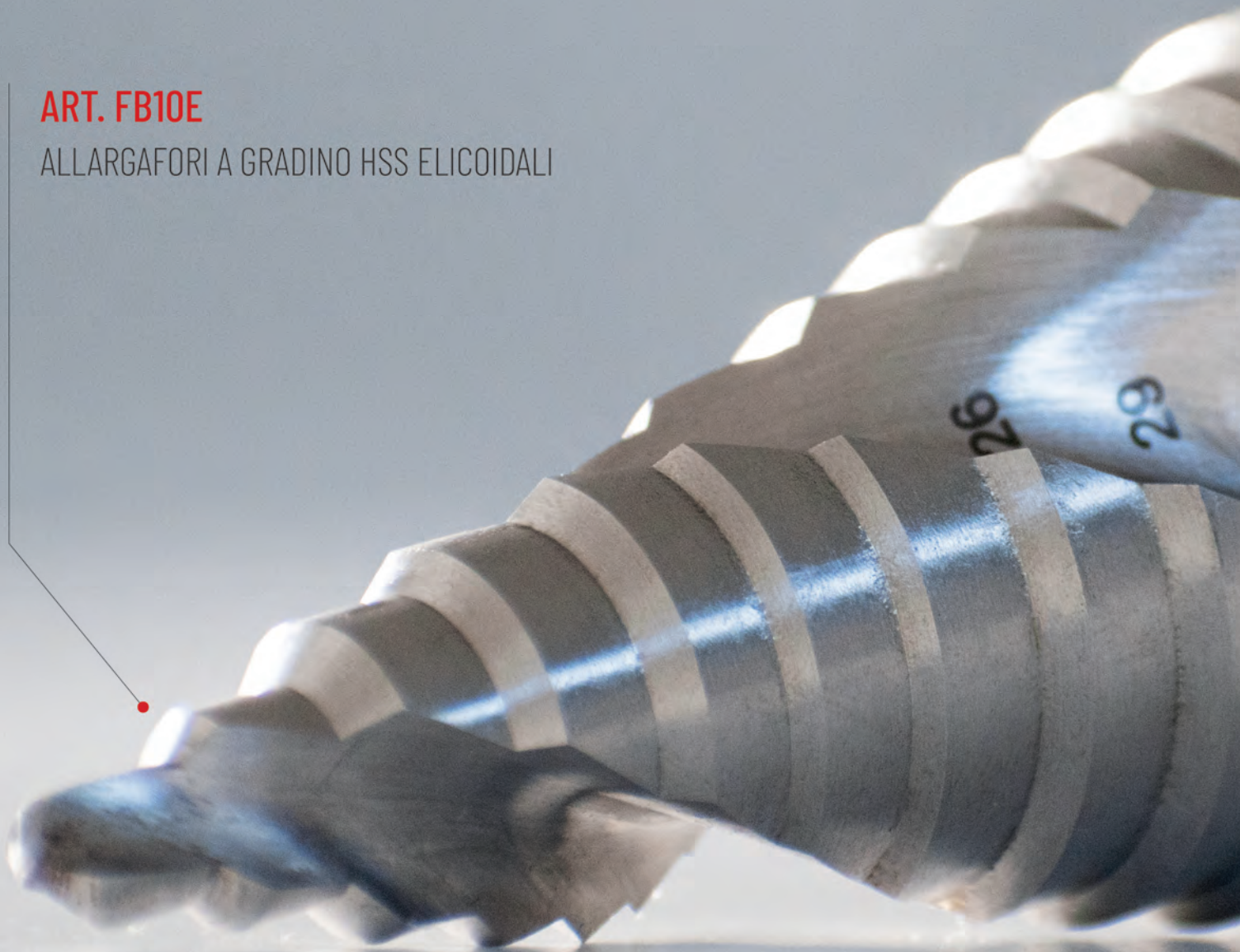
FOS



# PER UN LAVORO SENZA SBAVATURE.

**ART. FB10E**

ALLARGAFORI A GRADINO HSS ELICOIDALI



**TBag™** **LA RICARICA**  
**PER I TUOI LAVAMANI**



**TBox™**



**TBag™**

**20%**  
di risparmio  
usando la ricarica



**80%**  
di plastica  
in meno

**Aumenta le tue vendite**  
**SCOPRI PROMO KIT RISPARMIO 3 in 1**



**1 x T-Box da 3000 ml con dosatore**  
**2 x T-Bag ricarica**  
**1 x T-Wall dispenser OMAGGIO**

\* disponibile con MacroCream e Linea Blanca Extrafluida



[www.nettuno.net](http://www.nettuno.net)



# Cilindri Asix P8

La sicurezza in **8 P**erni



## Moltiplicatore di affidabilità.

Il sistema di cifratura a **8 perni su 2 file** di Asix P8 consente oltre **260.000 combinazioni di chiavi diverse** ed elevate prestazioni nei **sistemi a Chiave Maestra**.

**La possibilità di gestire 37.000 cilindri con una sola chiave** fa di questo sistema una soluzione ideale per organizzare gli accessi di edifici pubblici e commerciali.

La funzione con **chiave di cantiere è ottimale in ambito residenziale** quando si preveda l'installazione di porte blindate.



**FUNZIONE  
CHIAVE DI CANTIERE**

# Asix P8 PRO



VIENI A TROVARCI STAND **CISA NR. 99 PAD 1**  
A EXPO MACHIERALDO MALPENSA FIERA **26-27 FEBBRAIO**

**EXPO** FERRAMENTA  
CASALINGHI  
COLORI  
SICUREZZA



cisa.com  
allegion.com



# ALLA CONQUISTA DI 4 NUOVI MONDI



BIKE



MOTORBIKE



CAR LINE



technical specialties



FAREN  
chemical  
industries



innovative  
solutions

Choose The Best

# CALENDARIO MANIFESTAZIONI

**GENNAIO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

**EXPO FEBBRAIO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

**MARZO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
			1	2	3	4
			5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

**APRILE**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

**LAB MAGGIO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

**GIUGNO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

**LUGLIO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

**AGOSTO**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
			1	2	3	4
			5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

**SETTEMBRE**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
					1	2
			3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

**Sicily Garden Day OTTOBRE**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
					1	
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

**NOVEMBRE**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
			1	2	3	4
			5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

**DICEMBRE**

LU	MA	ME	GI	VE	SA	DO
					1	2
			3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

**SAVE THE DATE!**





**EXPO MACHIERALDO**  
di Machieraldo Gustavo SpA  
**26 - 27 febbraio**  
*Busto Arsizio (VA)*



**CLAB**  
di A.Capaldo SpA  
**20 - 21 maggio**  
*Avellino*



**SICILFERR**  
di Ma.Mu  
**21 - 22 ottobre**  
*Catania*



**GARDEN DAY**  
di Ma.Mu  
**28 - 29 ottobre**  
*Catania*

Eventi organizzati in esclusiva da **Ma.Mu Marketing Multimediale Srl**  
Piazza Erculea, 11 - 20122 Milano 02-72080052

**promozioni@iferr.com - www.mamusrl.com**



<b>Lo sapevate che?</b>	10
<b>Ferramenta People</b>	15
<b>iNews</b>	18
<b>iVip</b>	26
<b>iCommerciali</b>	30
<b>Speciale Panel Distributori 2023</b>	36
<b>Eventi</b> Tutto pronto per EXPO 2023	48
<b>Intervista</b> Puntare sull'intelligenza artificiale	52
<b>Attualità</b> Il futuro del retail? Sempre più tecnologico e vicino al cliente	56
<b>Focus</b> La rivoluzione green del packaging	60
<b>iDigital</b> Omnicanalità questa sconosciuta	64
<b>iStory</b> Servizio, qualità e un sorriso sulle labbra	68
<b>iLegal</b> Videosorveglianza e sicurezza: la disciplina vigente	72
<b>iPartner Silvano</b> Usare le Soft Skills in ferramenta	76
<b>iProtagonisti</b>	
<b>FTS</b> Professionisti per passione: nozze d'argento	81
<b>EMA Distribution</b> Una partnership che guarda al futuro	82
<b>NPT</b> Sempre un passo avanti	85
<b>Zippo</b> Il piacere della lettura	87

# iFerr magazine .com

## SOMMARIO

NUMERO 101 - 2023

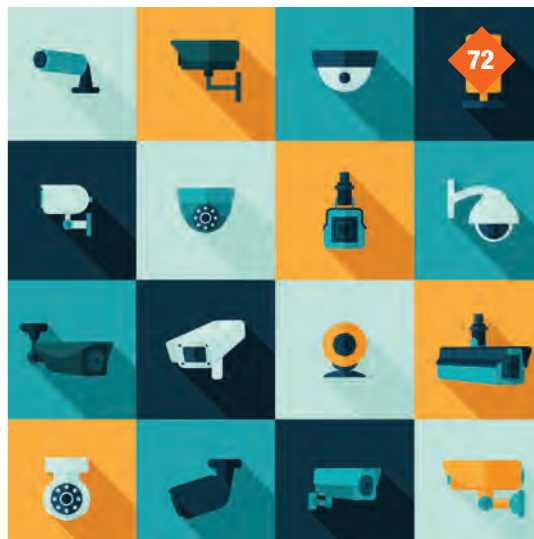




# EXPO

FERRAMENTA  
CASALINGHI  
COLORI  
SICUREZZA

48



# Lo sapevate che?

## CURIOSITÀ E TENDENZE



### La propensione all'acquisto è ripartita

Secondo l'Osservatorio Findomestic, dopo tre mesi consecutivi in calo, la **propensione al consumo** degli Italiani, **in vista del primo trimestre dell'anno**, è tornata a crescere. Nel sondaggio realizzato dall'Osservatorio a dicembre 2022, la percentuale degli intervistati che ha dichiarato di essere intenzionata a fare acquisti in determinati settori nei tre mesi successivi è **aumentata mediamente del 5,3%** rispetto a novembre. I **consumi più programmati** riguardano, tra gli altri: **impianti fotovoltaici-termici** (29,3%), **pompe di calore** (15,2%), **ristrutturazioni** (11,9%) e **isolamento** (5,2%).

### Nel 2022 il costo dell'energia ha visto aumenti a tre cifre

Un'analisi di **Confcommercio** realizzata in collaborazione con **Nomisima Energia**, ha rilevato che per tutte le categorie del **settore terziario**, nel 2022 il costo delle forniture di energia elettrica ha toccato **incrementi superiori al 100%** nel raffronto tra inizio e fine anno. Nei **negozi non alimentari** la variazione percentuale tra luglio e ottobre ha registrato un aumento del **72%**, mentre tra gennaio e ottobre l'incremento è stato addirittura del **188%**.



## Registro.it

### Dopo la pandemia rallenta la crescita dei domini ".it"

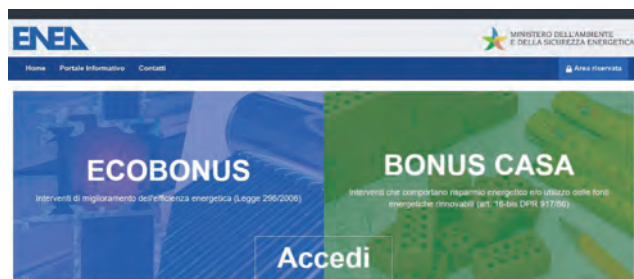
L'emergenza sanitaria ha accelerato la digitalizzazione in molti ambiti e settori, portando tra il 2020 e il 2021 a un forte aumento dei **siti Internet con dominio '.it'**. Durante il lockdown, del resto, **molte imprese erano state costrette ad aprire un sito Internet** per continuare la propria attività. Questa tendenza sta inevitabilmente rallentando. L'anagrafe dei **domini a targa italiana**, infatti, ha registrato **nel 2022 un incremento dello 0,50%**, pari a 475.768 nuovi domini, contro l'impennata del **+4,20%** rilevata nel 2021 rispetto al 2020.

### Cambia il bonus beni strumentali

Il credito d'imposta alle imprese che investono in beni strumentali tecnologicamente avanzati (**Legge 11 dicembre 2016, n. 232**) è applicabile **fino al 2025**, ma con aliquote differenti rispetto agli anni scorsi. Per i **beni materiali**, dal 2023 al 2025 viene riconosciuto **il 20%** del costo per la quota di investimenti fino a 2,5 milioni di euro. Per i **beni immateriali**, invece, nel 2023 il **bonus è pari al 20%** del costo nel limite massimo di 1 milione di euro, mentre nel 2024 **scenderà al 15%** e nel 2025 al **10%**.

# Lo sapevate che?

## CURIOSITÀ E TENDENZE



### È attivo il sito ENEA per trasmettere i dati delle ristrutturazioni

È stato attivato lo scorso 1° febbraio 2023 il **portale aggiornato dell'ENEA** attraverso il quale è possibile trasmettere i **dati degli interventi di efficienza energetica** e utilizzo delle fonti rinnovabili di energia con **fine lavori nel 2022 e 2023** che accedono alle **detrazioni fiscali Ecobonus e Bonus Casa**. L'Ente specifica che per gli interventi con **data di fine lavori compresa tra 1° e 31 gennaio 2023**, il termine di 90 giorni per la trasmissione dei dati decorre dalla data di messa online del sito (<https://bonusfiscali.enea.it/>).



### C'è più tempo per adeguare i registratori di cassa

Il 28 dicembre 2022, l'Agenzia delle Entrate ha emanato il **provvedimento n. 480030/2022** con il quale, è stata prorogata **fino al 31 dicembre 2024** la possibilità per la stessa Agenzia di approvare, in via transitoria, le modifiche necessarie per **l'adeguamento dei vecchi registratori di cassa a "registratore telematico"**. La proroga si è resa necessaria per consentire ai produttori di aggiornare, **ai soli fini fiscali**, anche quei modelli di registratori di cassa, ancora molto diffusi sul mercato, altrimenti non aggiornabili.

### Le riparazioni di smartphone entrano nel paniere Istat

Il 2023 segna l'ingresso nello storico **paniere dei prezzi al consumo Istat** di nuovi prodotti e servizi entrati ormai tra i consumi abituali degli Italiani. Tra le new entry dell'anno, troviamo: la **riparazione dello smartphone**, la **visita medica sportiva** (libero professionista), le **apparecchiature audio intelligenti**. Il paniere include attualmente 1.885 prodotti elementari. Nel 2022 erano 1.772.



### Il mercato del Pet continua a crescere

Negli ultimi anni **gli Italiani hanno adottato numerosi animali da compagnia**, accrescendo di conseguenza **l'esigenza di cibo e accessori** per gli amici a quattro zampe. Secondo la società di sistemi di pagamento **Payplug**, il **pet food** nel 2021 ha raggiunto un valore di 2.533 milioni di euro. Il 2022 ha segnato una forte crescita del **canale online**, in cui la categoria **Pet Care** ha visto un **aumento del 24,3%** rispetto al 2021. Un business di tutto interesse anche per la **ferramenta**, che ha iniziato a inserire nella propria offerta diversi prodotti per gli animali.





**GARS**PORT

SAFETY FOOTWEAR



**EXTREME MOUNTAIN**

**MID WR S3**

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

**UTILIA™**

# PER UN TAGLIO ALL'ALTEZZA

Grazie ai **TAGLIARAMI UTILIA**  
con lama in acciaio rivestita al  
teflon e sistema di taglio a doppia  
leva potrai raggiungere, e potare,  
anche i rami più alti.



**CONTATTACI**

+39 0825 449281

commerciale@fratellivitale.it

www.fratellivitale.it



**FRATELLI  
VITALE**

# SOLUZIONI DI ALTA SICUREZZA D-UP & NEW POWER.

## CONTRO LA MANIPOLAZIONE:

- DISPOSITIVO ANTI-BUMPING.
- RICONOSCIMENTO E BLOCCO DELLA CHIAVE FALSATA.
- CONTROLLO DEL PROFILO CHIAVE.

## CONTRO L'EFFRAZIONE:

- PROTEZIONE ANTITRAPANO.
- PROTEZIONE DELLE GORGES.

## CONTRO LA DUPLICAZIONE ILLEGALE DELLA CHIAVE.



NEW POWER



D-UP

### Anti-manipolazione e resistenza al bumping.

I cilindri di alta sicurezza New Power e D-Up offrono il massimo grado di protezione contro la manipolazione e contro l'effrazione. La sicurezza alla manipolazione viene assicurata tramite:

- il **dispositivo anti-bumping** costituito da un sistema di cifratura con pista desmodromica;
- il **riconoscimento e blocco della chiave** quando viene inserita nel cilindro una chiave modificata per l'effrazione, questa viene riconosciuta e bloccata nel cilindro;
- **controllo del profilo chiave** realizzato da una piastra a mezzaluna.

Caratteristiche come la **protezione antitrapano** garantita da una sfera e una spina in acciaio temprato e la **protezione delle gorges** grazie alla piastra a mezzaluna assicurano una elevata protezione contro l'effrazione. Il raccordo posizionato sul bassofondo della chiave grezza compatibile con la sede ricavata sul rotore ha la funzione di sventare qualsiasi tentativo di duplicazione illegale della chiave. Per entrambi è disponibile la **duplicazione della chiave garantita e controllata** in esclusiva presso Dierre, con l'obbligo di presentazione della tessera di proprietà.

Dierre è l'unico produttore al mondo di porte e portoni che **in modo autonomo produce tutti i componenti nel settore ferramenta**, per la sua produzione e per tutte le esigenze della sua clientela.



Jack KEY

Si abbina al cilindro di alta sicurezza **New Power**.



Easy KEY

Si abbina al cilindro di alta sicurezza **D-Up**.



DIERRE SPA - STRADA STATALE PER CHIARI 66/15  
14019 VILLANOVA D'ASTI (AT) - ITALY  
TEL +39 0141.949411 - info@dierre.it

w w w . d i e r r e . c o m





SONEPAR ITALIA

**Giovanni Mazza**

Vice President  
Commercial

**Giovanni Mazza** è il nuovo **Vice President Commercial di Sonepar Italia**, una posizione che rappresenta una novità nell'assetto organizzativo dell'azienda. L'incarico sarà assunto a partire da **marzo 2023** con l'obiettivo di rafforzare

la divisione commerciale. Da **21 anni** Mazza fa parte della squadra Sonepar, dove ha ricoperto vari ruoli: da Migliore Sonepar Vendite (Ragusa e Siracusa) a Chief Operating Officer, passando per Direttore Commerciale fino ad arrivare all'attuale posizione come **Direttore della Divisione Sud e Isole**. Inoltre, dal 2014 Mazza è membro del consiglio direttivo di Sonepar Italia.



ANNOVI REVERBERI

**Andrea Lenotti**

Consulente Direzionale

Dopo 18 intensi anni di attività in **Annovi Reverberi**, **Andrea Lenotti**, Consulente Direzionale, ha lasciato l'azienda. Molto appagato per i risultati ottenuti, il noto manager ha dichiarato: *"In poco meno di due decenni io e il mio team abbiamo scritto una nuova pagina della storia di Annovi Reverberi. Abbiamo instillato il seme del brand Blue Clean e siamo riusciti a farlo diventare un punto di riferimento per il mercato italiano"*. Oggi le idropulitrici e i prodotti Blue Clean sono commercializzati in tutti i canali distributivi: la quota maggiore è detenuta dal tradizionale e dalle ferramenta, seguiti dalla GDS. Lenotti ha trasformato Annovi Reverberi da terzista a produttore di attrezzature per il cleaning: *"Ho potuto far decollare Blue Clean grazie a una squadra compatta, che ha condiviso con me quello che era un vero e proprio sogno. A loro vanno i miei ringraziamenti"*. Consapevole che era il momento di uscire dall'azienda Annovi Reverberi, Lenotti ha le idee ben chiare anche per il suo futuro. Continuerà a essere **Coordinatore Generale del Consorzio Terna**. *"Inoltre seguirò le evoluzioni di mercato, in cui credo proprio che la competenza degli operatori tornerà a essere premiante e in cui si assisterà a un nuovo equilibrio tra i canali distributivi"*, ha concluso Lenotti.



CORTEXA

**Stefano Deri**

Presidente

L'intera Assemblea Cortexa ha nominato **Stefano Deri** come nuovo **Presidente per il triennio 2023-2025**, in sostituzione di Andris Pavan, il cui mandato è giunto a scadenza naturale. Nel suo nuovo ruolo il neo Presidente porterà in Cortexa una solida esperienza maturata nel corso di una **lunga carriera nel mondo dell'edilizia**,

in Italia e all'estero: da **Export Manager a Direttore Commerciale Export** fino all'attuale ruolo in Mapei come **Responsabile Commerciale**, dove contribuisce allo sviluppo delle linee finiture e isolamento termico, nei mercati internazionali e nel mercato italiano. Deri si impegnerà a promuovere **L'Eccellenza nel Sistema a Cappotto**, di cui Cortexa si fa portavoce sin dall'anno 2007.

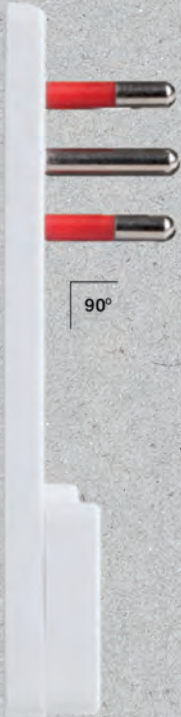
# ROSI

## Spina EMILIA FLAT

BREVETTATO

### LA SPINA PIATTA CHE SI ADATTA

6 mm



90°

#### DISINSERIMENTO FACILITATO

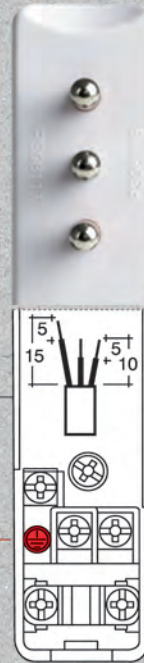
Comodo e immediato sistema di rimozione.



#### MONTAGGIO VELOCE E SEMPLICE,

anche per i non professionisti.

Cavo di terra a sinistra



#### NESSUN INGOMBRO

Il cavo aderisce al muro.



#### COMPATTEZZA

Occupi un solo modulo. E' possibile inserire fino a 3 unità in un'unica placca.



Ref.	A	P	Icona	Descrizione	Caratteristiche
○ RS98116	10	3		20/240 Sfuso-etichettato	10A 2P+T 250V SPA11
● RS98117	10	3		20/240 Sfuso-etichettato	10A 2P+T 250V SPA11

Ref.	A	P	Icona	Descrizione	Caratteristiche
○ RS98118	16	3		20/240 Sfuso-etichettato	16A - 2P+T 250V SPA17
● RS98119	16	3		20/240 Sfuso-etichettato	16A - 2P+T 250V SPA17

# ROSI

Materiale Elettrico Srl

Via Marabotto, 180 - Castelnuovo Fogliani 29010 (PC), Italia  
+39 0523 947166 | info@rosi.it | rosi.it

Semplifica la tua vita



MADE IN ITALY  
DAL 1925



S E R R A T U R E

**FBD SRL**

info@wallyserrature.it - +39 335 5491143  
P.IVA 08217920720

Visita il nostro sito  
[www.wallyserrature.it](http://www.wallyserrature.it)





## ■ DIGITAL

### Nel 2023 le imprese saranno sempre più "smart"

Secondo una ricerca degli **Osservatori Startup Intelligence e Digital Transformation Academy** della School of Management del Politecnico di Milano, nel 2023 si assisterà ad un **aumento del 43% del budget per le tecnologie digitali**. Dopo il forte aumento del 2022 (+4%), per quest'anno si stima un **rialzo del 2,1% dei budget ICT delle imprese italiane**, con il contributo di aziende di tutte le dimensioni, comprese le PMI che segnano un aumento del 2,4%. L'attuale mercato sempre più competitivo pone l'attenzione sulla necessità di tecnologie funzionali ad abilitare soluzioni innovative, attuando logiche di processi semplificati per rendere l'esperienza sempre migliore. **L'investimento nell'innovazione digitale** rappresenta quindi il **principale attivatore e amplificatore di crescita** e, in particolare per il settore retail, i player B2C e B2B stanno adottando delle soluzioni sempre più Phygital. L'integrazione delle tecnologie digitali include inoltre anche concetti fondamentali come sostenibilità, privacy, trasparenza e green economy, aspetti che devono necessariamente contribuire alla ridefinizione dell'intero ecosistema socio-economico.

## ■ NOMINE

### Il nuovo Consiglio Direttivo di MADE4DIY

Durante l'Assemblea Generale di Consorzio MADE4DIY, svoltasi presso la nuova sede operativa in provincia di Rimini, è stato approvato il **Bilancio d'Esercizio 2022** e si sono svolte le elezioni per il rinnovo delle cariche del **Consiglio Direttivo per il triennio 2023/2026**.

**Marco Orlandelli** (CEO di Organizzazione Orlandelli S.r.l.) ha assunto la carica di presidente, mentre **Andrea Marchini** (CEO di Iperre System S.r.l.) è stato nominato vicepresidente. I consiglieri neoeletti sono: **Dino Baraggioli** (Presidente di Art Plast S.p.A.); **Mirco Del Vecchio** (Sales Manager di Compo Italia S.r.l.); **Andrea Mori** (CEO di Kemper S.r.l.); **Ermanno Selvi** (Senior Sales Account di Fila Industria Chimica S.p.A.); **Simone Zanelli** (Direttore Commerciale di Comferut S.r.l.). Il nuovo consiglio direttivo ha espresso la sua volontà di **far crescere le attività di MADE4DIY** nei prossimi anni, dando tutto il suo sostegno necessario alle aziende consorziate per affrontare

il **settore dell'Home Improvement**. Inoltre, il neo presidente e tutti i membri del nuovo Consiglio Direttivo hanno ribadito il loro **massimo supporto verso HIMA** (Home Improvement Manufacturers Association) e tutte le attività che l'Associazione Europea sta svolgendo a favore dell'intero settore.



# amaflex®

S.r.l.

## Water Technologies

DAL 1984  
**LEADER NEL SETTORE  
DELLA PRODUZIONE  
E VENDITA DI TUBI FLESSIBILI.**



**FLESSIBILI  
ACQUA**



**FLESSIBILI  
GAS**



**SOLUZIONI  
ACQUA**



**ACCESSORI  
TERMIDRAULICA**



## ■ CONSUMI

### Nel 2023 si rinuncia al superfluo, ristrutturare casa al top delle priorità

Secondo un'indagine dell'Ufficio Studi Coop, gli italiani si sono affacciati al 2023 con uno stato d'animo fatto di timore (33%) e inquietudine (22%) ma, soprattutto, di **fiducia (39%) e aspettativa (38%)** per l'anno da poco iniziato. La ristrutturazione della casa resta una priorità anche nel 2023, a conferma di un trend già evidenziato nell'ultimo biennio. È questa l'immagine che emerge dalle due survey dell'Ufficio Studi Coop condotte a dicembre 2022: la prima, **"L'anno che verrà"**, su un campione rappresentativo della popolazione italiana e la seconda, **"Planning 2023 and Beyond"**, sulla community di esperti del portale del sito italiani.coop. Proiettando questo stato d'animo sul fronte dei consumi, risulta inevitabile che gli italiani saranno disposti a rinunciare al superfluo per garantirsi l'essenziale. Per quanto riguarda i beni durevoli, emerge l'intenzione di **cambiare gli elettrodomestici più vecchi ma si rinvia l'acquisto della nuova auto** (il 29% conta di acquistare un grande elettrodomestico nei prossimi 12 mesi, mentre un 35% vorrebbe l'auto nuova ma non l'acquisterebbe). La casa resta **al top delle priorità** con un consistente 67%, che pensa nel 2023 a una ristrutturazione dell'abitazione (dato forse ancora trainato dal rimodulato bonus edilizia). Sul fronte macroeconomico, grazie soprattutto alla parziale riduzione dei prezzi del gas, **il 2023 sarà un anno di stagnazione ma non di decrescita** (+0,2% le previsioni del Pil 2023 sul 2022 secondo i manager italiani), con un'inflazione ancora sostenuta.



## ■ ANNIVERSARI

### I festeggiamenti per il 55° di Mobil Plastic

In occasione della ricorrenza del **55° anniversario di attività**, si è tenuto presso l'Hotel Sina Brufani di Perugia il **Meeting Nazionale Agenti di Mobil Plastic**, storica azienda pavese di stampaggio materie plastiche. L'appuntamento, tenutosi in data venerdì 20 gennaio, ha visto riunite insieme, per la prima volta, **la rete vendita relativa alla Ferramenta e quella relativa al canale Horeca**. L'incontro, che ha coinvolto oltre 60 persone, ha rappresentato un'importante occasione per tirare le somme sul lavoro svolto in questi due anni e ragionare sul futuro. *"Il Meeting Nazionale Agenti è sempre stato un appuntamento annuale cardine nell'attività commerciale di Mobil Plastic, per cui questi due anni di sospensione e di "contatti a distanza" sono stati davvero difficili. Potersi ritrovare, in presenza, dopo tanto tempo, è stato significativo anche a livello personale. La possibilità di confronto è sempre motivo di crescita per entrambe le parti; un meeting di questo livello permette di verificare l'impatto aziendale sull'intero territorio nazionale e i riscontri forniti costituiscono spunti per lo sviluppo futuro della produzione e delle strategie commerciali"*, ha spiegato il **direttore generale Roberto Lugani**.

La più **ampia gamma di accessori** auto e camion



## Spazzole tergicristallo

**FLAT-TYPE**  
Technology

Skylon

Pilot

Raptor

One Fit **Flat**  
posteriore

**MULTI-FIT SYSTEM**  
Kit Attacchi Intercambiabili



Interni



Tappeti



Coprisedili



Esterni



Elettrici



Lampadine



Decorazioni



Car care



Tergicristallo



Portaggio



Ruote



Garage

## ■ FLOROVIVAISMO

### Produzioni italiane ed export da record nel 2021

#### Myplant & Garden,

la fiera internazionale punto di riferimento del

verde professionale, ha diffuso gli ultimi rilevamenti ufficiali (annata 2021) della **produzione orto-florovivaistica italiana**, il cui settore nazionale è cresciuto del **5% nel 2021** rispetto all'anno precedente con un valore che ha sfiorato **i 2,8 miliardi di euro** (il 4,6% della produzione a prezzi di base dell'agricoltura italiana), il dato più alto delle ultime annate prese in esame. Le realtà produttive italiane sono concentrate soprattutto in **4 regioni: Liguria, Toscana, Lombardia e Campania**. Il florovivaismo italiano è considerato un vero e proprio prodotto di eccellenza dai mercati e dai consumatori internazionali. Lo dimostra la continua crescita della domanda dall'estero. Nel 2021 il valore alla produzione dell'export ha raggiunto i **1143 milioni** di euro (903 nel 2020). In particolare, **i 28 Paesi dell'UE** rappresentano il principale mercato di sbocco dei prodotti italiani (ca 80%). Tuttavia, come già denunciato da Myplant, il quadro inflattivo, i costi energetici e le incertezze della cornice politica internazionale stanno colpendo duramente le imprese ostacolando le produzioni, alimentando l'aumento dei prezzi, impedendo la programmazione produttiva e frenando gli scambi internazionali. Secondo Coldiretti, nel **primo semestre 2022 l'export del comparto ha segnato un +9%** rispetto allo stesso periodo del 2021.



## ■ RICONOSCIMENTI

### San Marco Group: cresce l'impegno per migliorare il benessere abitativo

L'attenzione che **San Marco Group** rivolge al **comfort degli ambienti interni** torna a essere riconosciuta anche nel 2023: sono ben **12 le nuove pitture, i rivestimenti decorativi e le soluzioni** destinate all'**edilizia professionale** che si aggiungono alle **19 referenze certificate** lo scorso anno da **Eurofins**. La rete di laboratori a livello mondiale e specializzata in testing e certificazione, ha infatti assegnato a **31 prodotti la qualifica Indoor Air Comfort Gold** sancendone la conformità a stringenti criteri legati alla qualità dell'aria negli spazi abitativi. Dopo Sildomus Sana, certificata 12 mesi fa, la certificazione Eurofins è stata attribuita anche alle altre tre pitture murali della gamma: **Arum, Antica Calce e Antica Calce Elite**. Completano la rosa dei nuovi prodotti attestati i rivestimenti murali a base di calce **Antica Calce Plus, Marmo Antico, Marmo D'Autore, Marmorino Classico, Marmorino Fine, Grassetto di calce**, la finitura minerale **Fenice**, il fissativo solvent free **Atomo e Tamstucco Polvere** per la preparazione dei supporti. Con questi riconoscimenti l'azienda rimane la più premiata del settore per la salubrità delle sue soluzioni.

# LINEA COMPLETA SPAZZOLE TERGICRISTALLO

**BE READY.  
PRONTI?**

• TERGITURA SEMPRE  
SILENZIOSA E PERFETTA

• VARI MODELLI PER  
COPRIRE UN PARCO AUTO  
SEMPRE MAGGIORE GRAZIE  
AI DIFFERENTI ADATTATORI



SCAN

**DAC** SRL

ITALY  
**otoTOP**

**Maranello**  
racing in red

## ■ DPI

### Il kit di riparazione intelligente di Wenaas e GORE-TEX

L'azienda norvegese **Wenaas**, insieme a GORE-TEX Professional, ha sviluppato un **kit di riparazione intelligente per i dispositivi di protezione individuale (DPI) GORE-TEX PYRAD® per arco elettrico** per aiutare i propri clienti ad aumentare la vita utile degli indumenti. Anche una piccola foratura nell'indumento potrebbe causare una situazione potenzialmente pericolosa per chi lo indossa in caso di arco elettrico ma, applicando un patch, è possibile evitare la propagazione dello strappo. Il **kit di riparazione** è composto da **quattro toppe in tessuto GORE-TEX PYRAD®**: due rotonde (diametro 7,6 cm) e due quadrate (10x5), che consentono di riparare forature o strappi del tessuto di piccole dimensioni. In caso di danni più grandi è possibile utilizzare due o più toppe contemporaneamente e, nel raro caso in cui il tessuto sia nuovamente danneggiato, è possibile applicare una nuova toppa sopra la precedente. Disponibili in **due versioni di colore** (giallo fluorescente a blu navy), le toppe possono essere attaccate in maniera permanente grazie all'utilizzo di un asciugacapelli e/o un ferro da stiro. *"Il nostro approccio alla sostenibilità consiste nel fornire prodotti con una durata di vita eccezionalmente lunga, riducendo al contempo l'impatto ambientale"*, ha dichiarato **Jonas Andersson, Sales Associate di GORE-TEX Professional**.



## ■ CERTIFICAZIONI Würth Italia è Top Employers 2023

Per il secondo anno consecutivo **Würth Italia**

ottiene la certificazione **Top Employers Italia 2023**, rilasciata dal Top Employers Institute alle aziende che si sono distinte nel panorama lavorativo per una serie di aspetti come: le migliori condizioni di lavoro, gli investimenti in formazione e sviluppo, le politiche HR per la crescita professionale e personale e l'attenzione al benessere delle persone. Il prestigioso riconoscimento è stato conferito all'azienda altoatesina per il suo percorso di change management intrapreso nel 2018 e per le politiche di benessere organizzativo e di people-care implementate nel corso dell'ultimo anno. Questo approccio, sigillato dal manifesto **"HREvolution"** di Würth, ha portato l'azienda a definire e adottare nuovi modelli di lavoro più efficaci e produttivi investendo sui principi cardine di inclusione, performance, business agility, mindset e competenze. L'approccio omnicanale al business di Würth porta con sé un modello organizzativo trasversale, che induce a lavorare per obiettivi, con responsabilità, e facendo leva sull'attitudine delle persone, all'insegna della creazione di sinergia per il potenziamento reciproco. Proprio in quest'ottica Würth porta avanti progetti di **Age Inclusion e Re-Generation**, guidando fascia di popolazione di alta anzianità aziendale verso le continue trasformazioni e inserendo figure Junior che portino in azienda nuovi approcci e nuove competenze digitali. Il progetto, che verrà portato avanti e potenziato nel corso del 2023, mira a divulgare un modello inclusivo di leadership che promuova modelli, practice e azioni di inclusione generazionale.



# 90 MEDID

1 9 3 2 - 2 0 2 2



**+39 351 714 2606**  
**mediditalia@medid.es**  
**www.medid.es**



## ■ SICUREZZA

### **Bonus sicurezza 2023: cosa comprende e a chi spetta**

Nella Legge di Bilancio 2023 è stato confermato, anche per quest'anno, il **Bonus Sicurezza**, ossia l'agevolazione pensata per migliorare le condizioni generali di sicurezza delle abitazioni e che offre la possibilità di risparmiare non solo sull'acquisto e montaggio di impianti d'antifurto e porte blindate, ma anche **sull'installazione di tapparelle metalliche con bloccaggi. Fino al 31 dicembre 2024** sarà quindi possibile ottenere la detrazione sulle spese sostenute per l'acquisto e l'installazione di sistemi di sicurezza per la casa fino a un **limite massimo di 96mila euro**. Per ottenere questo tipo di sostegno bisogna conservare tutta la documentazione relativa alle spese sostenute e ricordarsi di pagare con bonifico. Al momento della dichiarazione dei redditi sarà possibile richiedere la detrazione, **erogata a rate per un periodo di 10 anni**. Questa agevolazione rientra all'interno dei bonus casa e può essere richiesta dai proprietari di abitazioni, unità immobiliari e dai locatari che effettuano interventi di sicurezza nell'unità immobiliare in cui risiedono.

## ■ SPONSORIZZAZIONI

### **Beta e Yamaha: la storica collaborazione prosegue nel 2023**

Nell'anno in cui si festeggia il centenario dalla sua fondazione, **Beta Utensili**, punto di riferimento in Europa nella produzione di utensili e attrezzature da lavoro per gli specialisti della meccanica, della manutenzione industriale e dell'autoriparazione, sarà nuovamente protagonista in **MotoGP come Official Partner e Official Sponsor del team Monster Energy Yamaha**. Da oltre vent'anni Yamaha si affida agli utensili Beta per garantire prestazioni eccellenti. Oltre ad essere protagonista nei box, quest'anno Beta sarà presente con il suo logo sulle divise del team e sarà inoltre ben visibile sui **cupolini delle due moto**, accanto a quello Yamaha, a testimonianza di un rapporto sempre più consolidato tra il brand italiano e la scuderia. Non solo, nella prossima stagione MotoGP l'azienda proseguirà anche la **Personal Partnership con Fabio Quartararo**, Campione del Mondo MotoGP 2021, in qualità di **Beta Ambassador**. Con il suo talento, la sua audacia e la sua ricerca costante della performance migliore il pilota francese rappresenta il **testimonial perfetto** per raccontare al mondo i valori Beta. *"Siamo molto orgogliosi della strada percorsa insieme al team Monster Energy Yamaha MotoGP come sponsor di un player tanto prestigioso. Da oltre 20 anni, infatti, lavoriamo fianco a fianco ed è in questo tipo di collaborazioni che troviamo la linfa vitale e l'esperienza tecnica che sono essenziali per sviluppare e perfezionare sempre i nostri prodotti"*, ha dichiarato **Roberto Ciceri, Presidente e Amministratore delegato del Gruppo Beta**.



## **UTENSILI FORTI PER LAVORI DURI**

Gimap S.r.l. Zona Industriale Giabbio - 23834 Premana (LC)  
Tel. +39 (0) 341/818000 - 818083 Fax +39 (0) 341/890765  
[www.fumasi.it](http://www.fumasi.it) [info@fumasi.it](mailto:info@fumasi.it)





## ■ RICERCHE

### Tecnologia di consumo: mercato italiano in lieve contrazione (-2,7%) nel 2022

Dopo un 2021 caratterizzato da numeri da record (+9,2%) per il settore della **Tecnologia di consumo**, il 2022 registra un trend negativo: **le vendite in Italia sono diminuite del -2,7%** rispetto allo scorso anno e il valore complessivo del mercato a fine anno si è attestato sui **17 miliardi di euro**. È questo lo scenario emerso dalle **rilevazioni GfK**, che hanno inoltre evidenziato come, rispetto agli anni pre-pandemia, il mercato continui però a crescere (+16% sul 2019). Il confronto con l'anno passato ha evidenziato delle differenze riguardanti le **performance dei canali di vendita**. Se nel 2021 era cresciuto soprattutto l'offline, nel 2022 le vendite effettuate sui **canali tradizionali sono diminuite del -5,3%**. Positivo invece il trend del canale online, cresciuto del +5,5%, arrivando al 26,3% del mercato Tech. Nonostante il mercato nel suo complesso abbia registrato una lieve contrazione, ci sono dei settori che, anche nel corso del 2022, hanno registrato segnali positivi. La crescita più significativa rispetto al 2021 è quella **dell'Home Comfort (+25,3%)**, grazie alla performance molto positiva dei condizionatori.



## ■ MERCATO

### Bosch acquisisce il 12% delle quote di Husqvarna

**Bosch** ha comunicato di aver concordato l'acquisto di azioni della storica società svedese **Husqvarna**, specializzata in prodotti e attrezzature per il settore forestale e il giardinaggio. L'acquisizione porterà la sua partecipazione a circa il **12% del capitale azionario complessivo dell'azienda**, che è quotata al Nasdaq di Stoccolma. Tramite questa operazione Bosch intende rafforzare l'alleanza fra le due società nel settore batterie. Fanno infatti parte del gruppo Husqvarna anche la consociata Gardena e il suo marchio Flymo, entrambi partner della Power for All Alliance della divisione Bosch Power Tools. *"Stiamo perseguendo una strategia di crescita sistematica per le nostre attività commerciali rivolte ai consumatori questo include anche il rafforzamento delle partnership esistenti tramite partecipazioni azionarie. La nostra **Power for All Alliance** per le batterie ricaricabili è una storia di successo che vogliamo continuare"*, ha affermato Christian Fischer, vicepresidente del consiglio di amministrazione di Robert Bosch GmbH. La "Power for All Alliance", costituita nell'estate del 2020 da **Bosch Power Tools e da Gardena** per il mercato europeo, è stata una delle prime alleanze di batterie multimarca con prodotti relativi a tutte le attività domestiche. Attualmente comprende dieci marchi, con una gamma di circa 100 utensili, con l'obiettivo di offrire al consumatore il migliore e più diffuso sistema 18V cross-brand. Lo scorso anno, il brand Husqvarna ha ampliato "Power for All Alliance" con prodotti per **il fai da te per il giardino**.



**PowerFlow™ 215 Cartridge**  
Pistola a Stelo  
9030

Modello a stelo in alluminio, leggera. Asta di spinta esagonale con altissime caratteristiche meccaniche. Semi professionale idonea per imprese, lattonieri, serramentisti, idraulici, utensilerie e ferramenta.



**CBM 25/94**  
Pistola BI-Mixer CBM 25/94  
10076

Pistola manuale BI-MIXER per mini cartucce a due componenti ml. 25+25. Rapporto di miscelazione 1:1. Rapporto Spinta-Avanzamento 11:1



**AirFlow™ 3 Compact Combi**  
Pistola A.C. Combi  
10081/3

Pistola ad A.C. polivalente per cartucce ml. 280/310 e sacchetti ml. 310/400/600. Leggera, con impugnatura e grilletto ergonomici in polimero. Valvola di scarico istantanea, silenziatore e sistema con valvola deflusso dell'aria. Completa di serie 5 beccucci.

**La scelta dei professionisti**

Distributore autorizzato



Visitando il nostro sito potrete scegliere tra una vasta gamma di pistole per schiuma poliuretanic.  
[www.eurochimica.eu](http://www.eurochimica.eu)



## ■ SPONSORIZZAZIONI

### WD-40 Company al fianco di Prima Pramac Racing nella stagione 2023

**WD-40 Company** ha annunciato il rinnovo dell'accordo di sponsorizzazione con **Prima Pramac Racing** in qualità di sponsor tecnico del team anche per la stagione 2023 del MotoGP. A partire dal 26 marzo, data d'inizio del Motomondiale con la tappa portoghese di Portimao, **i prodotti moto WD-40 SPECIALIST** saranno presenti nel box del team per la manutenzione delle due Ducati Desmosedici GP, guidate dai piloti Jorge Martin e Johann Zarco. WD-40 Company EMEA e USA sono a fianco del team dal 2021 e si confermano, dunque, come lo **sponsor ufficiale per la pulizia e la cura delle moto**. I prodotti moto WD-40 SPECIALIST sono sinonimo di alta qualità, professionalità e garanzia, in grado di assicurare alle moto elevate performance, tanto che negli anni sono diventati i **veri alleati dei motociclisti**. *"Il rinnovo della partnership – si sottolinea nel comunicato stampa diramato dall'azienda – è per WD-40 Company motivo di grande orgoglio e soddisfazione, in quanto attesta l'impegno e la professionalità di un'azienda multinazionale che, anno dopo anno, ha saputo diventare, anche per il settore motociclistico e sportivo in generale, un punto di riferimento e di garanzia nel mercato internazionale".*



## ■ EVENTI

### Partecipa al torneo di tiro digitale e softair di Defence System a Expo Machieraldo

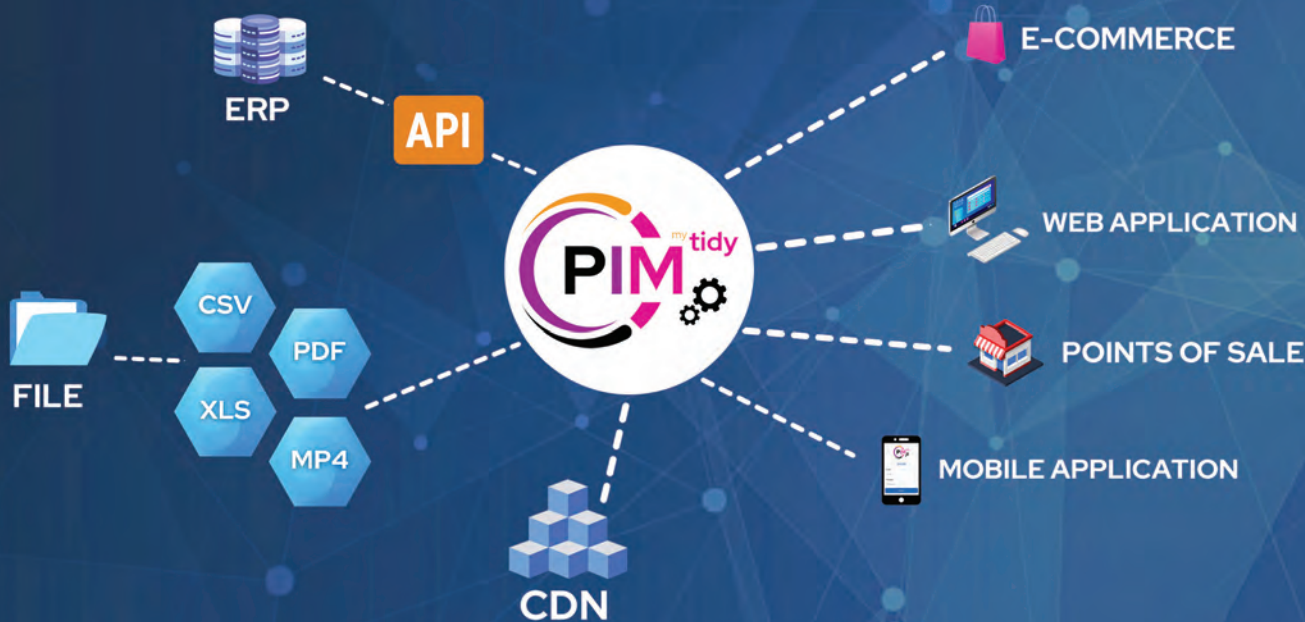
In occasione della fiera Expo Machieraldo 2023, presso lo stand di **Defence System** i visitatori avranno la possibilità di mettere alla prova le proprie abilità in un **torneo di tiro digitale e softair**.

La competizione è aperta a tutti e per parteciparvi è solamente necessario dichiarare che si sta gareggiando al momento del tiro il giorno dell'evento. Gli iscritti al torneo, basato su un sistema a punti, avranno a disposizione **10 tiri in 60 secondi**. Se lo si desidera, è possibile fare dei tiri di allenamento prima di iniziare la gara. Al termine, verranno effettuate le premiazioni per i primi tre classificati, nelle sezioni uomo e donna. A seguire, i finalisti di tutte le gare si sfideranno nella **super finale** che determinerà il vincitore del torneo. Se sei un appassionato di tiro digitale o softair, non perdere l'opportunità di partecipare a questo evento emozionante e competitivo. L'iscrizione è completamente gratuita.



## DATA SOURCES

## RETAIL CHANNELS



Raccogli, integra, pubblica e distribuisce i dati dei tuoi prodotti in un unico ambiente





Scopri  
i nostri marchi

**KENDO**

Your Professional Partner



*Cardinale*  
*Top line*



*Ideal Star*



Visita il sito  
tramite il codice QR





**In queste pagine iFerr magazine vi porta alla scoperta di Vito Galantino, nuovo General Manager Italia di Stanley Black&Decker, che, forte del suo know-how e della sua esperienza, ha le idee ben chiare su quale sarà il futuro dell'azienda.**

**iFerr: Nuovo General Manager Italia di Stanley Black&Decker, ma in azienda dal 1999. Quali sono le tappe principali della sua carriera e i momenti più salienti?**

**Vito Galantino:** Ho iniziato nel 1999 con la "classica" esperienza di stage per sei mesi nel marketing Dewalt, divisione in cui si respirava un'aria di innovazione, crescita e entusiasmo da moderna startup. Dopo un paio di anni sono passato alle vendite come capo area nel tradizionale. Nel 2005 mi sono spostato in Gran Bretagna nel team marketing europeo, dove ho seguito lo sviluppo della gamma martelli e demolitori Dewalt. Al rientro in Italia nel 2007 ho proseguito l'esperienza come Direttore di Divisione Dewalt seguendo vendite, marketing e postvendita. Nel 2012 ho deciso di fare una esperienza al di fuori del Gruppo per testare le mie capacità in un ambiente diverso e per tre anni ho ricoperto il ruolo di General Manager Sud Europa per il marchio Festool. Rientrato in SBD nel 2015 ho lavorato sulla gestione delle sinergie commerciali tra due marchi leader come Usag e Dewalt in Italia, per poi riprendere nel 2019 un ruolo internazionale come Marketing ed eCommerce Director per tutti i marchi del gruppo per l'area SEMEA (Sud Europa Medio Oriente e Africa).

**iFerr: Quali azioni strategiche contempla il "Focus Forward Strategic Priorities" di Stanley Black&Decker? Come riuscirà a finalizzare questi obiettivi?**

**V.G.:** Le priorità strategiche sono sintetizzabili in tre pilastri principali. In primis **innovazione per l'utilizzatore**, con una proposta di

# Missione crescita ed **eccellenza**

prodotti all'avanguardia che consentano di raggiungere una leadership qualitativa nelle rispettive categorie per fornire la migliore esperienza di utilizzo ai clienti finali. Il secondo pilastro è la **cura del rivenditore**, per rafforzare la partnership offrendo un eccellente servizio; infine, il terzo pilastro è l'**eccellenza operativa**, con una riduzione della complessità per ottimizzare l'efficienza della supply chain.

Il mio compito sarà quello di guidare i diversi team impegnati nel mettere a disposizione della rete distributiva le migliori soluzioni attraverso implementazione delle nostre priorità strategiche, intensificando quegli investimenti che hanno portato a rafforzare l'offerta commerciale di Dewalt, Usag e Black+Decker attraverso una presenza qualificata e grandi innovazioni tecnologiche in termini di rinnovamento delle proposte.

**iFerr: Qual è l'andamento degli elettrodomestici nel mercato italiano in questo momento? Su cosa bisognerebbe puntare?**

**V.G.:** Gli elettrodomestici professionali continuano a vivere un momento molto positivo con crescita a doppia cifra, mentre gli elettrodomestici per il fai-da-te hanno avuto un vero e proprio boom durante i due anni precedenti (pandemia) e ora stanno soffrendo, complice anche il focus che la Distribuzione Moderna sta spostando sulle proprie private label. L'elemento distintivo in questo mercato rimane l'innovazione, è quello in cui crediamo ed è quello che abbiamo fatto concretamente

portando al mercato **le due innovazioni più importanti degli ultimi anni: la batteria Dewalt Powerstack™ e la gamma reviva™ di BLACK+DECKER.**

**iFerr: In che modo declinate il tema del green in azienda?**

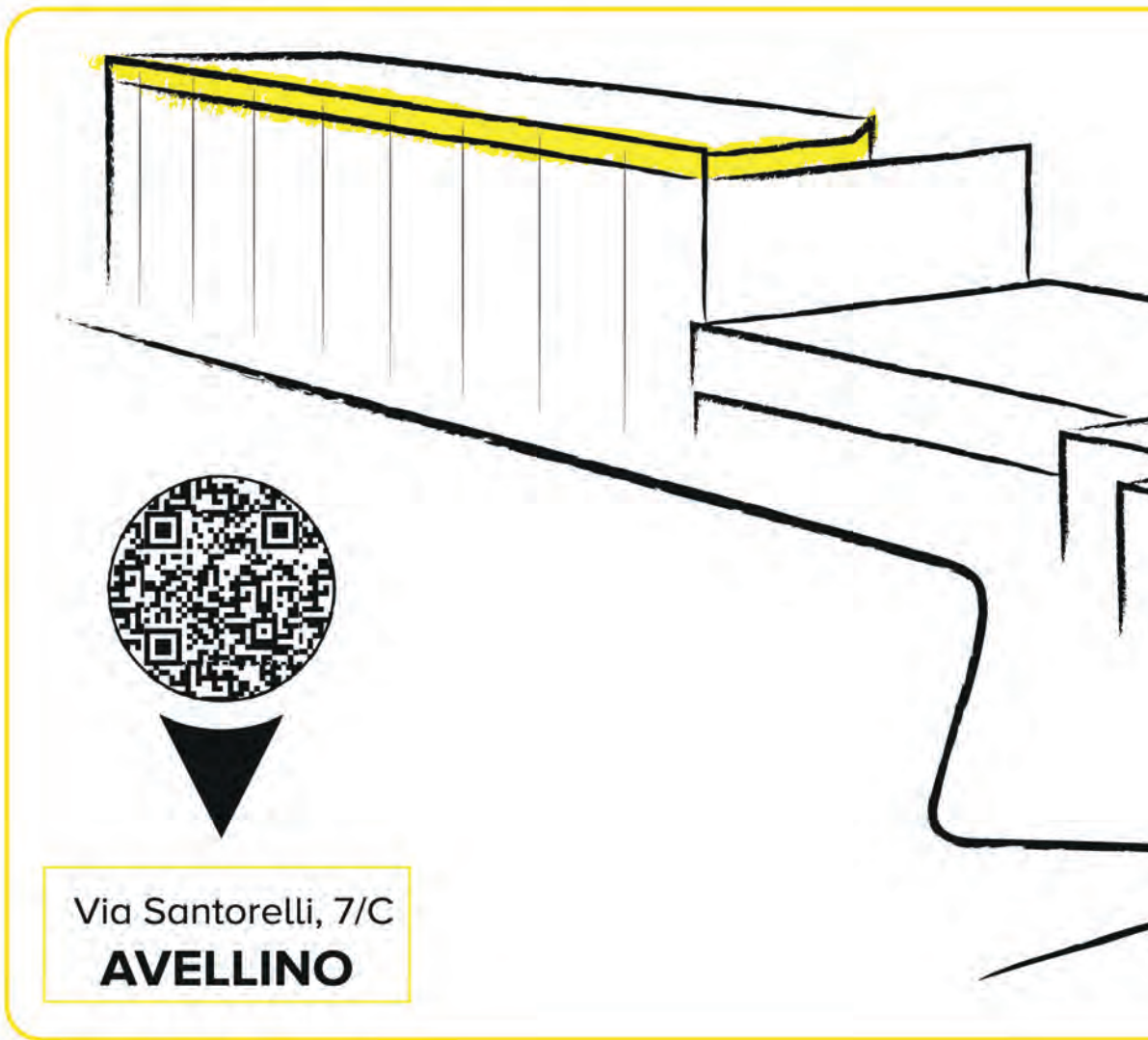
**V.G.:** Questa tematica è molto sentita nella nostra azienda. Siamo stati i primi nel settore degli elettrodomestici a investire in prodotti che possono aiutare a diminuire l'impatto sul pianeta con **reviva™ di Black+Decker**. Stiamo parlando della prima linea al mondo di elettrodomestici ecosostenibili prodotti con il 50% di materiali riciclati, molto apprezzati da una nuova generazione con più consapevolezza sulle tematiche ambientali, e che quest'anno si è arricchita di inedite soluzioni per la cura della casa. In generale sono previsti nuovi investimenti per diventare sempre più ecosostenibili.

**iFerr: Come si definirebbe come manager?**

**V.G.:** Lo dovrete chiedere ai miei colleghi e collaboratori o ai miei capi, ma penso di essere un manager empatico, che sa ascoltare sia colleghi che clienti, che cerca di circondarsi di persone che ne sanno più di me e che possano aggiungere valore. **Essenziale l'attenzione e la passione per i numeri.** Credo nel "leading by example": chiedere di fare, ma essere il primo a dare l'esempio. Cercare di essere un leader che sappia ispirare, riuscire a dare una visione e un obiettivo chiaro e condiviso crea motivazione e coinvolgimento nel team e con i clienti.

# C LAB 20-21 MAGGIO 2023

Capaldo Different Way



## C LAB 2019

Capaldo Different Way

### L'evento in casa

Clieni e fornitori, poli opposti della filiera che sembrano così distanti tra loro, si incontrano in un appuntamento pieno di divertimento e di business



Inquadra il codice e guarda il video di C-LAB 2019



11.000 m  
espositivi



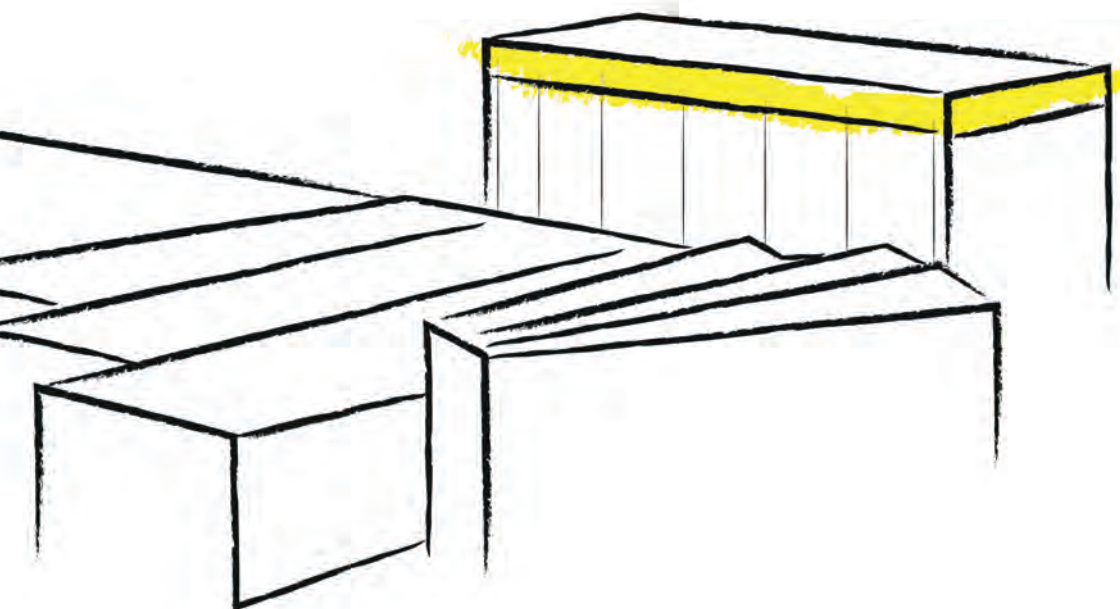
171  
espositori



7000  
presenze



# #digitale #social #sostenibile



*ti aspettiamo*

AL **CLAB** TROVERAI I MARCHI IN ESCLUSIVA  
DISTRIBUITI DA A.CAPALDO S.p.A.

 **ARREDARE**  
*no problem*

**CONCORD**

**GROENLANDIA®**



**I GIARDINI DEL RE**

**JET-SKY**



Rubinerie  
Associate

**TEPORUS**



## Il servizio al centro della VENDITA

**Vendere non basta più in un settore sempre più veloce e digitalizzato. Questa l'opinione di Gianluca G. D'Auria, responsabile commerciale dell'Agenzia Sigi&Agi srl, che punta su un servizio a 360 gradi.**

**G**ianluca G. D'Auria ha creato da qualche anno un'agenzia di rappresentanze con un modello operativo all'avanguardia. L'obiettivo è infatti quello di **non limitarsi alla vendita, ma di supportare le aziende mandanti ogni giorno**, al pari di un servizio di outsourcing. Strutturandosi con un ufficio, uno showroom e un team che segue una formazione interna per essere sempre aggiornato, la Sigi&Agi Srl, copre il territorio lombardo, aiutando anche i negozianti a evolvere la propria attività, come richiesto da un mercato sempre più rapido e tecnologico.

**iFerr: Come si è accostato a questa professione?**

**G.D.:** Sono nato a Desio (MB) e oggi ho 36 anni. Ho intrapreso questo lavoro quando ne avevo 20 e me ne sono subito innamorato. La passione mi ha sempre spinto a migliorare, cercando di arrivare a **costruire qualcosa di importante nel settore**. La vendita è un'area molto stimolante e ogni giorno è diverso dall'altro.

**iFerr: Quindi come è proseguito il suo percorso?**

**G.D.:** Ho voluto creare un'agenzia in grado di supportare i clienti quotidianamente. Il mercato si evolve velocemente, grazie alle **nuove tecnologie, ai social e ai software sempre più avanzati** per la gestione degli ordini. Era quindi fondamentale per me riuscire a offrire un servizio paragonabile a quello di **un vero e proprio outsourcing** per le nostre aziende mandanti e a supporto di tutti i clienti.

**iFerr: Quali sono i punti forti di questo servizio?**

**G.D.:** Il nostro lavoro non si limita alla chiusura dell'ordine, ma seguiamo tutto quello che ruota

intorno all'ordine stesso, **dall'inserimento a sistema fino al monitoraggio della spedizione**.

Con le aziende mandanti abbiamo instaurato un **rapporto di reciproca collaborazione**: il loro customer service si interfaccia con il nostro, in modo da risolvere a monte eventuali problematiche prima che ricadano sul business dell'azienda.

**iFerr: Come è strutturata l'agenzia e in quale territorio opera?**

**G.D.:** Abbiamo aperto cinque anni fa, partendo da zero, e oggi siamo arrivati a rappresentare aziende di primo livello, come **Henkel e Beta**. Operiamo in tutta la **Lombardia** nei settori ferramenta, utensilerie, magazzini edili e antinfortunistica. **Abbiamo un ufficio e uno showroom** a Cabiante, in provincia di Como, dove due persone lavorano ogni giorno alla gestione di ordini, offerte e richieste della clientela. A visitare i clienti sul territorio siamo invece in quattro, coprendo tutta la zona per assicurare un servizio sempre più efficiente e capillare.

**iFerr: Come è cambiato il suo lavoro nel tempo?**

**G.D.:** Rispetto al passato, oggi un'agenzia di rappresentanze non può dipendere in tutto e per tutto da un'azienda, bisogna cambiare prospettiva e **far sì che l'agenzia sia un valido supporto per l'azienda**. È indispensabile per rispondere all'evoluzione del **mercato**, che è sempre più veloce ed **esige risposte in giornata e rapidità** nel gestire un numero di ordini crescente perché i minimi ordinabili si sono abbassati. Per fare un esempio concreto, nel mio lavoro, se non sono in grado di rispondere alle telefonate, devo le chiamate ai miei colleghi, perché chi ha bisogno di noi trovi una risposta immediata.





Rispetto al passato, oggi un'agenzia di rappresentanze non può dipendere in tutto e per tutto da un'azienda, **bisogna cambiare prospettiva e far sì che l'agenzia sia un valido supporto per l'azienda. È indispensabile per rispondere all'evoluzione del mercato**, che è sempre più veloce ed esige risposte in giornata e rapidità.



**iFerr: Bisogna fare formazione per tenersi aggiornati?**

**G.D.:** La formazione è importante per tutto il settore e a tutti i livelli. Noi organizziamo **corsi presso le aziende** che rappresentiamo o presso i clienti. E **a nostra volta, facciamo formazione internamente all'agenzia** con dei coach esterni con i quali approfondiamo temi legati alla vendita, al problem solving e alla motivazione.

**iFerr: Come vede il settore della ferramenta oggi?**

**G.D.:** La ferramenta sta entrando in **un periodo di transizione**. Alcuni operatori hanno compreso questo processo, mentre altri sono più indietro e **dobbiamo essere noi ad aiutarli**, perché tanti non si rendono conto di questa evoluzione in corso. Dobbiamo **far incontrare il dettagliante con le aziende che rappresentiamo**, che spesso sono multinazionali e ragionano in modo molto diverso rispetto al nostro interlocutore in negozio. Sta a noi creare **un punto di incontro tra queste due realtà**.

**iFerr: Che obiettivi avete per il futuro?**

**G.D.:** Vogliamo **continuare a crescere** seguendo le esigenze del mercato e migliorando sempre il servizio. Non pensiamo affatto di essere arrivati ed è importante continuare a lavorare con impegno sulla strada che abbiamo intrapreso.

# Defender®

## NUOVO DEFENDER MAGNETICO MOTTURA



APERTURA

### 7 VARIANTI DI COLORE DISPONIBILE IN 2 VERSIONI

#### REGOLABILE A MOLLA

DF 37/47



#### REGOLABILE A GHIERA

DF 38/48



La **SPECIALE CHIAVE MAGNETICA** permette di aprire l'entrata chiave meccanica. Entrata chiave Defender® a cifratura magnetica con profilo **RETTANGOLARE** con possibilità di differenti profili chiave per ottenere elevati numeri di cifrature. Duplicazione chiavi presso centri autorizzati Mottura Club.



safeguarding your security

# TOOD

TOOLS & GOODS SOLUTIONS



## DC 202

*Valigetta 19" professionale in plastica*



**SPACE**  
by **TOOD**  
TOOLS & GOODS SOLUTIONS

**SchererGROUP**

TOOD Srl  
Via ai Pini 11 - 36034 Malo (VI) - ITALIA  
Phone 0039 0445 580908 - info@tood.it  
[www.tood.it](http://www.tood.it)

# GIANMARCO VENTURI

## Un Marchio Moda Italiano in Ferramenta!

Industrie Ottiche Italiane presenta il nuovo marchio **GMV**, brand di moda italiano nato negli anni '80 e conosciuto oggi in tutto il mondo.



Montatura da Donna

Lenti Blue Block



Scopri tutti i modelli, i colori e gli espositori su [www.ioi.it](http://www.ioi.it)

NUOVO MARCHIO  
GIANMARCO VENTURI

PREZZI  
CONSIGLIATI  
AL PUBBLICO  
€ 10,90

MODELLO  
BLUE BLOCK  
€ 12,90

MODELLO  
CLIP ON  
€ 12,90

- NON IN VENDITA NEI MERCATONI CINESI
- DUE ANTITACCHEGGI NEL SUPPORTO DEGLI OCCHIALI.
- PUBBLICITÀ SU MEDIASET, SKY, LA7.



**Industrie Ottiche Italiane**  
Corso Fiume 4 - 10133 Torino - Italy  
info@ioi.it | tel. +39 011/553.40.21





# Attention please...

Come ogni anno, iFerr pubblica i dati di fatturato dei grossisti di ferramenta. Come è andata nel 2021 e qual è il trend del 2022? Se ci dovessimo basare solo sulle percentuali di incremento dichiarate diremmo che le cose stanno andando abbastanza bene. Ma ci sono diversi motivi per cui non ne siamo così certi...

> **Lo avevamo già annunciato lo scorso anno. L'andamento post pandemico del nostro settore non brilla. Anzi. Il mercato di oggi vive dinamiche complesse: dai forti rincari energetici alle difficoltà di approvvigionamento delle merci, dalla guerra tra Russia e Ucraina, le cui conseguenze impattano ulteriormente sulle attività economiche, alla flessione della domanda.** Uno dei fattori principali di attenzione nello scenario macroeconomico mondiale è il tasso di crescita dei prezzi, mai così alto nei Paesi avanzati da decenni a questa parte.

Si pensi che la **media dell'inflazione nei Paesi OCSE attesa per il 2022 è del 9,4%**, quasi sei volte la media dell'**1,6% del periodo 2013-2019**. Anche nelle ferramenta il fenomeno è evidente. I rincari dei prodotti finali sfiorano in alcuni casi il 30%. Da un punto di vista delle vendite le **uniche famiglie merceologiche che hanno tenuto e sono cresciute nel canale tradizionale sono quelle legate al 110% e al mondo edile**. Il resto – fai da te in generale, garden, piscine, casalinghi – non pare godere di ottima salute. A fronte di questa situazione, come ogni anno abbiamo domandato ai più importanti distributori del nostro settore di fornirci il "trend" che hanno registrato nel 2022 rispetto al 2021 (in attesa di leggere i bilanci ufficiali fra qualche mese) e ci siamo trovati di fronte a diversi "+" e anche a molte defezioni. **Come mai? Prima di analizzare le motivazioni diamo un'occhiata ai risultati.**

## LA LETTURA DEI DATI

**Come distribuzione geografica abbiamo seguito la suddivisione delle aree Nielsen. Al Nord** (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna) è concentrato il maggior numero di grossisti, il **41%**, seguito dal **Sud** (Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia) con il **37%** e dal **Centro**

## L'ANALISI: CRITERI ED ELABORAZIONI

Ecco i **tre criteri di base che abbiamo tenuto in considerazione per scegliere le principali realtà distributive italiane del settore ferramenta**. I grossisti presenti in questa analisi vantano queste caratteristiche:

- 1 Hanno attività di distribuzione all'ingrosso rivolta in prevalenza a clienti rivenditori e p.v.
- 2 Hanno una rete vendita con agenti rappresentanti
- 3 Dichiarano un fatturato maggiore di 5 milioni di euro

Siamo quindi partiti dai dati ufficiali di bilancio del 2020 e del 2021 di queste aziende e siamo arrivati poi a chiedere loro la percentuale di crescita (o di flessione) del fatturato 2022 rispetto al 2021. Con i dati raccolti sono state fatte diverse elaborazioni statistiche. In particolare si sono valutate le seguenti voci:

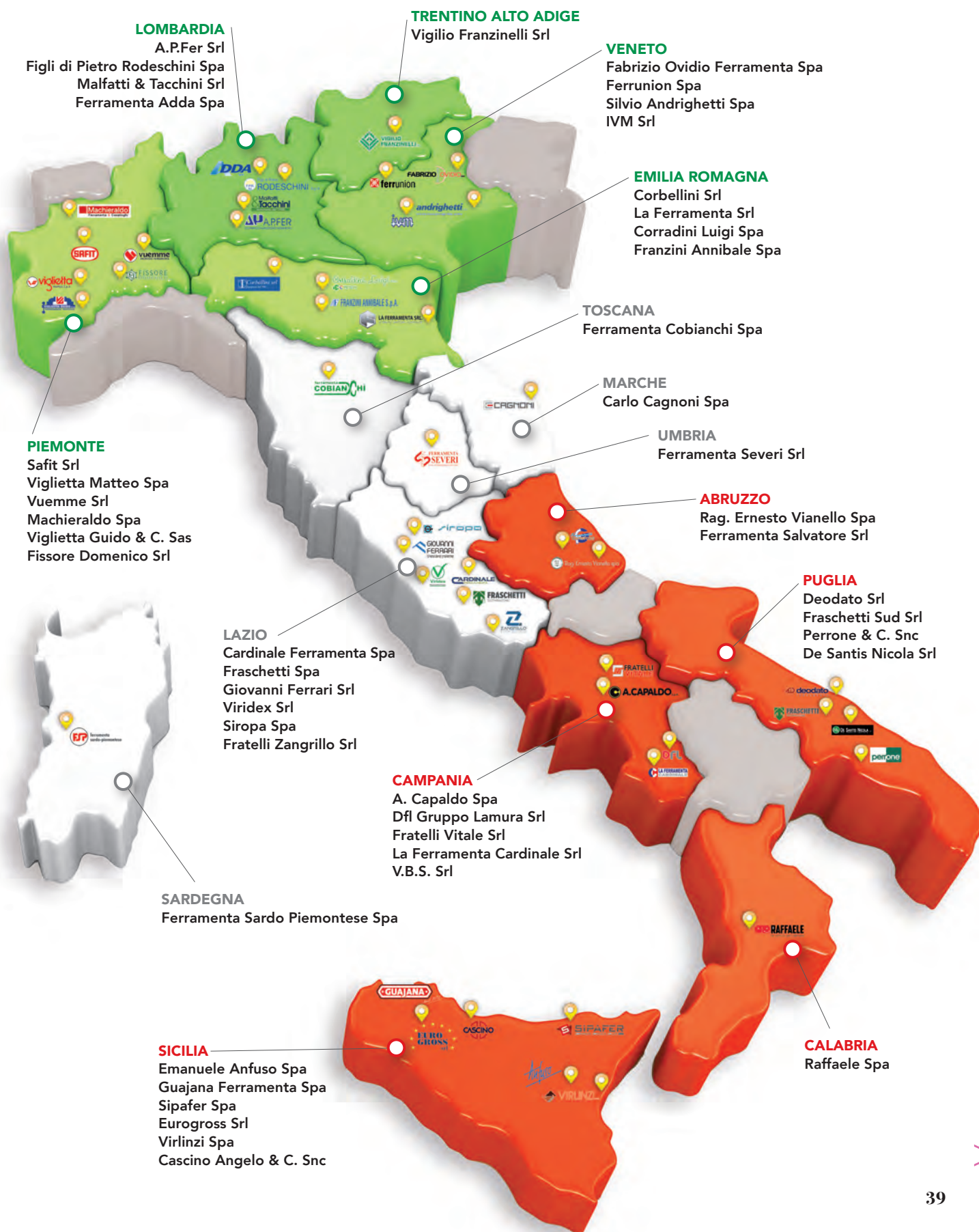
- Distribuzione geografica dei grossisti
- Fatturato ufficiale 2020 e 2021
- Trend 2022 vs 2021

Rispetto agli scorsi anni **abbiamo omesso la suddivisione per gruppi di grossisti. Lo abbiamo fatto ascoltando il mercato**, consapevoli della necessità di approfondire le motivazioni (che rimandiamo ai prossimi numeri) per raccontare le dinamiche che si stanno realizzando nel comparto.



# LA MAPPA DEI DISTRIBUTORI DI FERRAMENTA IN ITALIA

Ecco in quali regioni si trovano le loro sedi

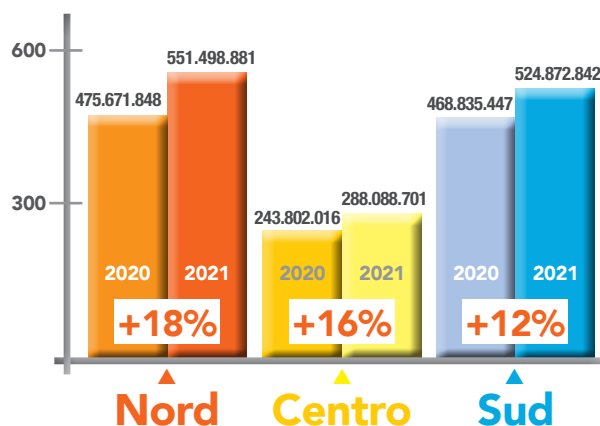


(Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna) con il **22%**. Se si leggono i dati dal punto di vista del fatturato 2021 il **Nord e il Sud detengono rispettivamente il 41 e il 37% del fatturato complessivo del comparto**, mentre il Centro si attesta al **22%**. Abbiamo calcolato anche l'incremento del fatturato dell'ingrosso ferramenta nel 2021 rispetto al 2020 che risulta di circa il **12%**.

## UNA SITUAZIONE COMPLESSA

L'aumento dell'inflazione e la diminuita capacità di spesa hanno portato a una flessione dei volumi di vendita. Spesso però i fatturati non ne hanno risentito in modo significativo perché durante l'anno le aziende distributrici, a fronte dell'aumento dei costi da parte dei produttori, hanno dovuto ritoccare più volte i propri listini. "Molte difficoltà dei fornitori si sono riverberate sui grossisti e poi sui punti vendita", ci racconta **Leonardo Lillo, Direttore operativo di Sipafer**. "Abbiamo riscontrato un allungamento dei tempi di consegna da parte dei produttori e non è stato sufficiente fare ordini strategici per evitare il problema perché non venivano evasi.

## FATTURATO 2020-2021 GROSSISTI NORD, CENTRO E SUD (in milioni di euro)

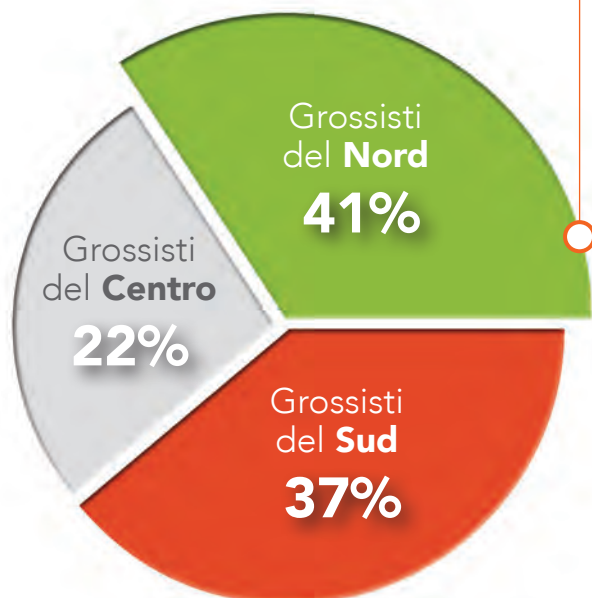


Sicuramente abbiamo registrato una diminuzione dei quantitativi di vendita di circa il 12-13%. Nel 2022 però abbiamo beneficiato molto dei bonus edilizi e quindi la richiesta di prodotti legati all'edilizia è andata bene. La sfida del 2023 è quella di mantenere i volumi di questi anni. Sarà difficile crescere a meno che non si entri in mercati emergenti".

"La crescita dei fatturati dei grossisti non ci sarebbe stata a parità di prezzi. Anzi", ha aggiunto **Francesco Franzini, amministratore delegato di Franzini Annibale Spa**. "L'ingrosso di ferramenta ha avuto un significato exploit durante la pandemia a causa anche delle difficoltà della Grande Distribuzione. Nella seconda parte del 2021 e nel 2022 in realtà c'è stato un rallentamento, ben mascherato dall'aumento dei prezzi. D'altra parte era normale che il mercato si normalizzasse. Lo scontrino medio oggi però è alto, troppo alto, e i volumi calano. All'orizzonte ci sono molte incertezze. La stessa edilizia, che ha trainato il mercato nel 2022, potrebbe subire una battuta di arresto. La mia speranza è che partano alcune opere legate al PNRR".

**L'augurio che facciamo noi di iFerr magazine è che di fronte alle difficoltà il nostro settore sia in grado di reagire evolvendosi, trovando inedite soluzioni** che strizzino l'occhio alla digitalizzazione e alla sostenibilità, instaurando sinergie costruttive, puntando sempre di più alla qualità dei servizi offerti e alla bellezza del saper fare che caratterizza da sempre il settore.

## FATTURATO GROSSISTI 2021



### Fatturato Grossisti 2021

		%
Grossisti del Nord	551.498.881	41%
Grossisti del Centro	288.088.701	22%
Grossisti del Sud	494.617.298	37%
<b>Totale</b>	<b>1.334.204.880,00</b>	

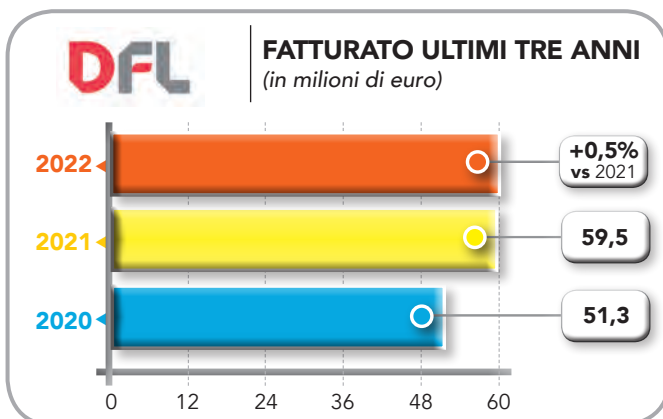
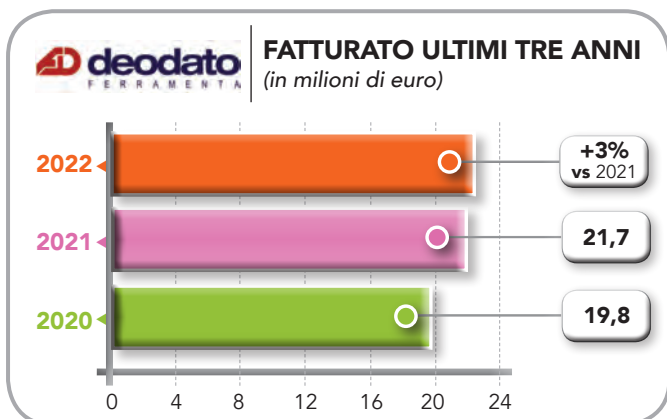
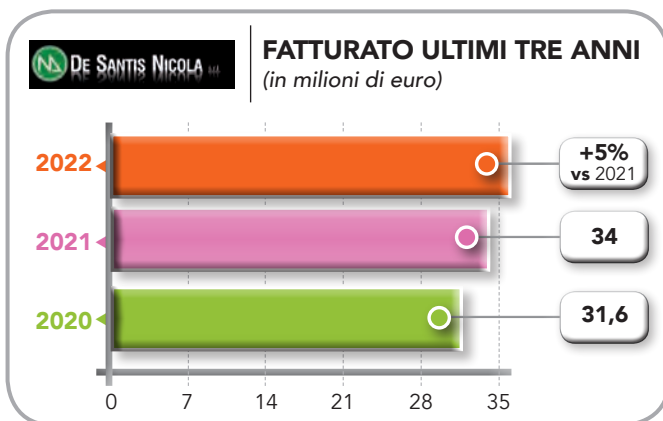
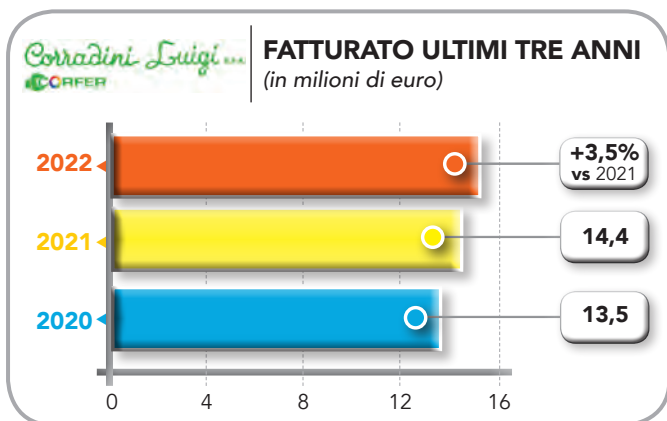
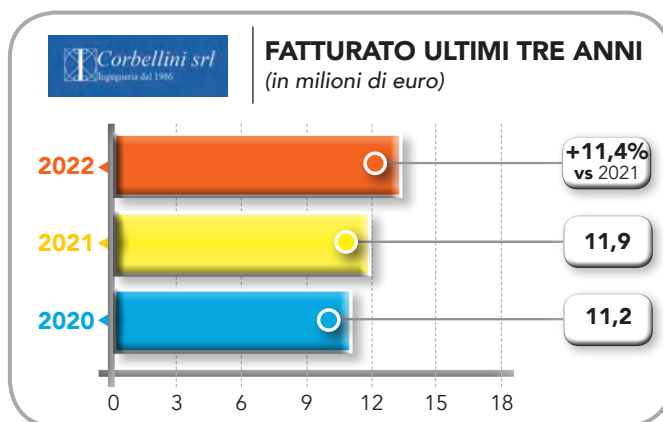
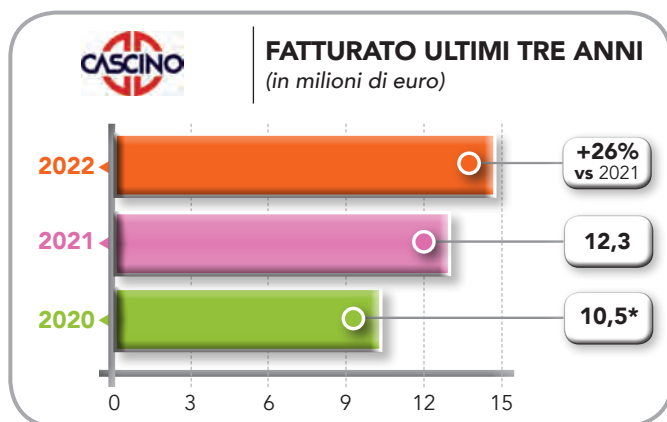
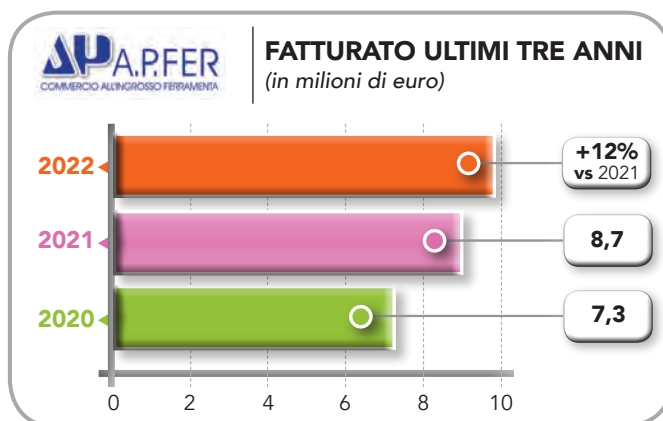
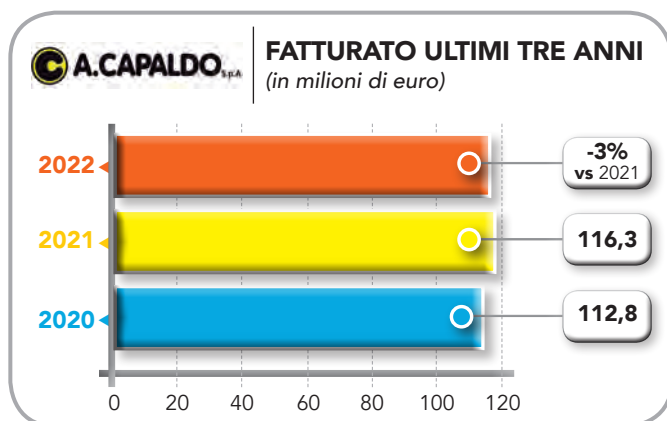
# I DISTRIBUTORI DI FERRAMENTA IN ITALIA 2023

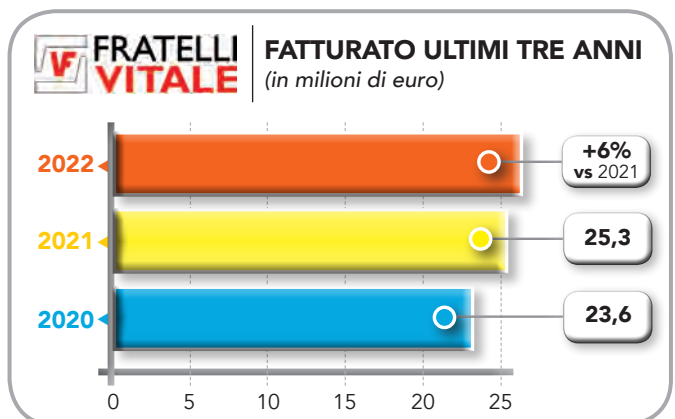
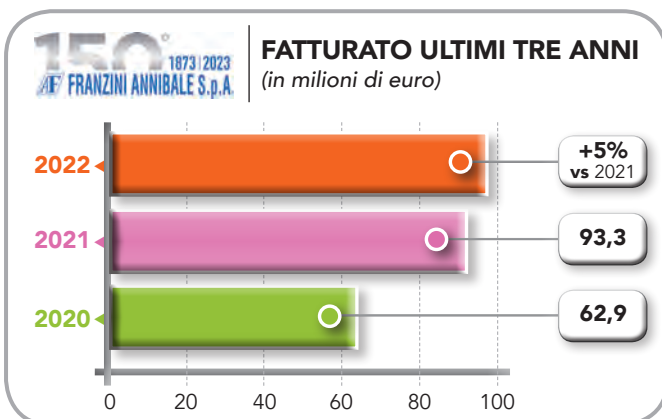
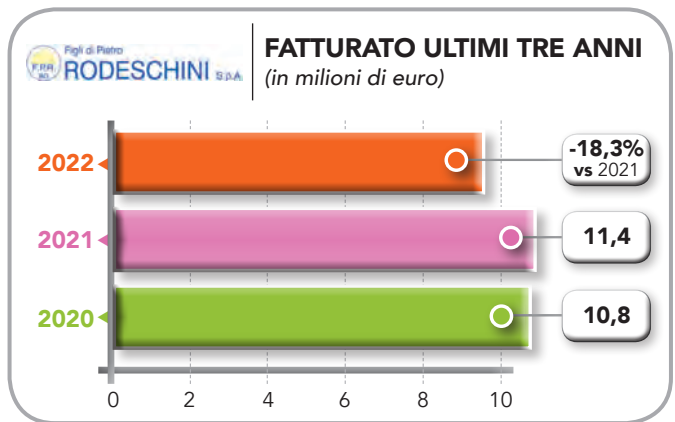
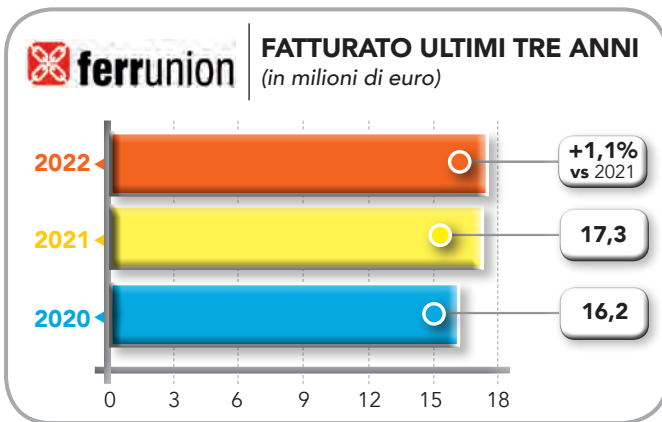
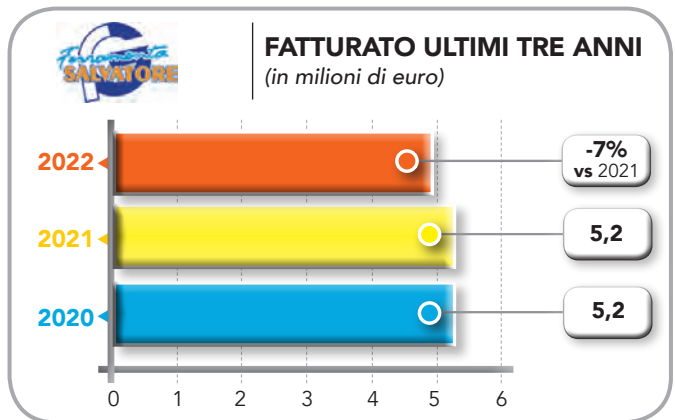
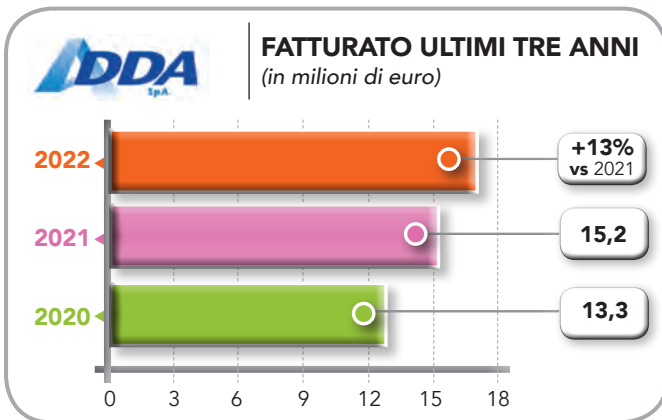
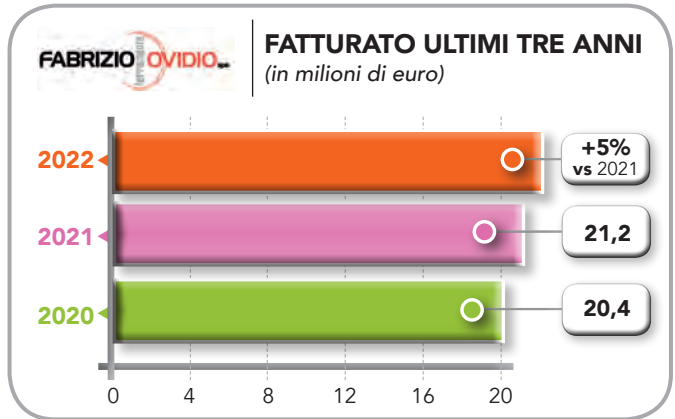
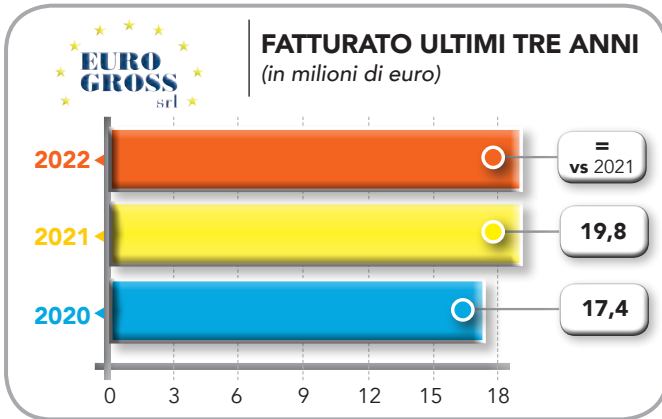
Di seguito riportiamo i nomi delle aziende selezionate da iFerr Magazine che ha scelto realtà distributive con un fatturato maggiore di 5 milioni di euro e con attività di distribuzione all'ingrosso rivolta con prevalenza a clienti rivenditori.

Azienda	SEDE	Zona	FATTURATO 2020	FATTURATO 2021	DICHIARAZIONE sul 2022 vs 2021
A. Capaldo Spa	Atripalda (AV)	S	112.808.525	116.333.799	-3%
A.P.Fer Srl	Milano	N	7.330.947	8.725.995	+12%
Carlo Cagnoni Spa	Ancona	C	15.851.958	16.876.414	NON DICHIARA
Cascino Angelo & C. Snc	Termini Imerese (PA)	S	10.500.000	12.300.000	+26%
Corbellini Ferramenta e Idraulica Srl	Parma (PR)	N	11.250.000	11.958.775	+11,4%
Corradini Luigi Spa	Reggio Emilia (RE)	N	13.552.309	14.437.313	+3,5%
De Santis Nicola Srl	Modugno (BA)	S	31.630.804	34.055.809	+5%
Deodato Srl	Bari	S	19.804.549	21.691.804	+3%
Dfl Gruppo Lamura Srl	Sala Consilina (SA)	S	51.300.000	59.544.106	+1%
Emanuele Anfuso S.p.A.	Motta S.Anastasia (CT)	S	14.892.878	15.091.290	NON DICHIARA
Eurogross Srl	San Giuseppe Jato (PA)	S	17.379.832	19.846.699	+0%
Fabrizio Ovidio Ferramenta Spa	Mansue (TV)	N	20.361.735	21.236.192	+5%
Ferramenta Adda Spa	Cisano Bergamasco (BG)	N	13.311.955	15.195.234	+13%
Ferramenta Cobianchi Spa	Firenze	C	20.700.000	21.423.319	NON DICHIARA
Ferramenta Salvatore Srl	Sambuceto (CH)	S	5.156.243	5.183.327	-7%
Ferramenta Severi Srl	Perugia (PG)	C	41.379.729	42.485.133	NON DICHIARA
Ferrunion Spa	S.G.Lupatoto (VR)	N	16.162.732	17.316.266	+1,1%
Figli di Pietro Rodeschini Spa	Gorle (BG)	N	10.850.000	11.350.000	-18,30%
Fissore Domenico Srl	Novello (CN)	N	12.762.945	13.026.427	NON DICHIARA
Franzini Annibale Spa	Reggio Emilia (RE)	N	62.906.593	93.264.557	+5%
FRASCHETTI GROUP					
Fraschetti Spa	Pofi (FR)	C	62.180.992	64.708.538	NON DICHIARA
Fraschetti Sud Srl	Bitonto (BA)	S	13.350.961	13.336.237	
Fratelli Vitale Srl	Mirabella Eclano (AV)	S	23.565.102	25.293.601	+6%
Fratelli Zangrillo Srl	Formia (LT)	C	16.988.700	18.440.837	+8%
Giovanni Ferrari Srl	Pomezia (RM)	C	30.593.481	32.937.262	+8,7%
GRUPPO FERRAMENTA CARDINALE					
La Ferramenta Cardinale Srl	Teggiano (SA)	S	22.236.191	30.255.594	+34,85%
Cardinale Ferramenta SpA	Anagni (FR)	C		1.155.000*	
Guajana Ferramenta SpA	Palermo (PA)	S	5.064.313	5.775.657	+20%
IVM Srl	Legnago (VR)	N	14.450.112	15.994.754	NON DICHIARA
La Ferramenta Srl	Santarcangelo (RN)	N	40.705.593	46.296.587	-4,8%
Machieraldo Spa	Caviglia (BI)	N	50.687.186	57.150.691	+4%
Malfatti & Tacchini Srl	Paderno (MI)	N	16.723.042	20.008.268	+20%
Perrone & C. snc	Taranto	S	20.374.950	23.440.000	+2,6%
Raffaele Spa	Lamezia (CZ)	S	53.421.812	62.680.957	+7,1%
Rag. Ernesto Vianello Spa	S. Giovanni Teatino (CH)	S	11.976.710	13.014.769	+2,2%
Safit Srl	Torino	N	14.159.789	18.659.100	+15%
Silvio Andrighetti Spa	Piove Di Sacco (PD)	N	30.647.106	31.080.480	+0%
Sipafer Spa	Tirrenova (ME)	S	34.847.795	41.242.402	+4%
Siropa Spa	Pomezia (RM)	C	23.940.400	23.299.858	NON DICHIARA
Vigilio Franzinelli Srl	Besenello (TN)	N	18.222.396	20.558.015	+6%
VIGLIETTA GROUP					
Viglietta Matteo Spa	Fossano (CN)	N	41.349.877	47.183.944	+0%
Vuemme Srl	Alessandria (AL)	N	35.237.531	38.113.283	
Ferramenta Sardo Piemontese Spa	Zeddiani (OR)	C	10.633.660	10.805.324	
Viglietta Guido & C. sas	Fossano (CN)	N	45.000.000	49.943.000	+5%
Viridex Srl	Cisterna (LT)	C	45.473.496	55.957.016	+5,2%
Virlinzi Spa	Catania (CT)	S	20.524.782	25.786.841	NON DICHIARA
<b>TOTALE</b>			<b>1.188.309.311</b>	<b>1.334.204.880</b>	
<b>FATTURATO GROSSISTI NORD</b>			<b>475.671.848</b>	<b>551.498.881</b>	
<b>FATTURATO GROSSISTI CENTRO</b>			<b>243.802.016</b>	<b>288.088.701</b>	
<b>FATTURATO GROSSISTI SUD</b>			<b>468.835.447</b>	<b>524.872.842</b>	

\*Il fatturato 2021 di Cardinale Ferramenta Spa è relativo solamente a 4 mesi di attività (la società è nata a settembre 2021)

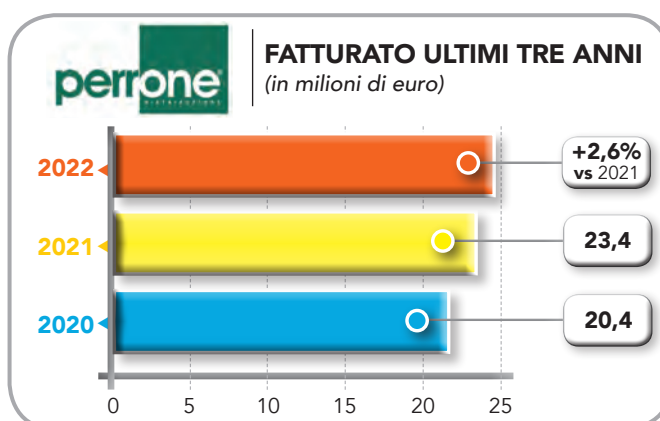
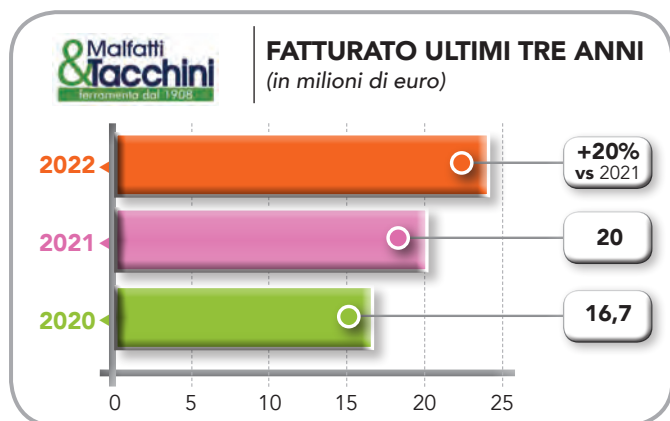
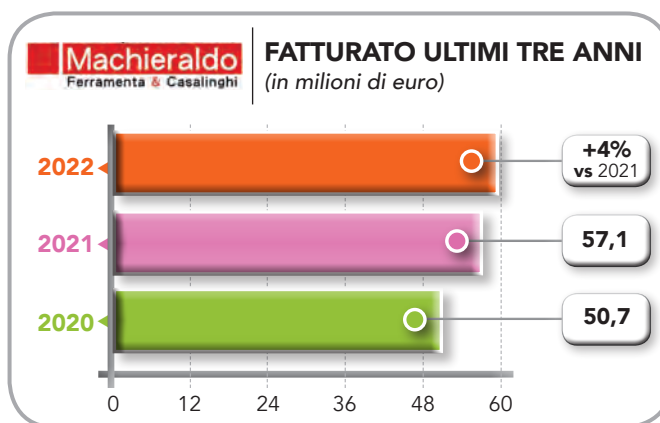
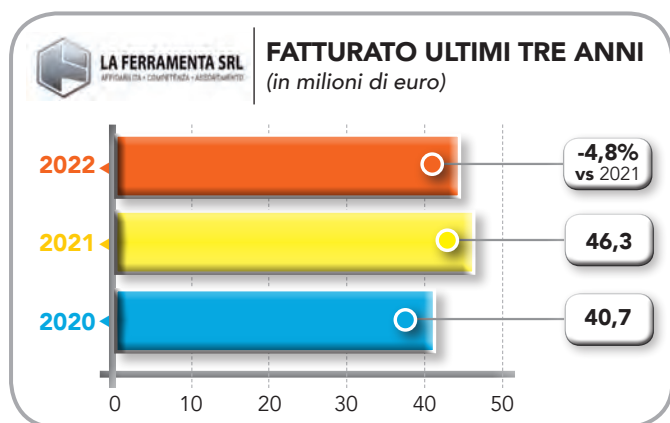
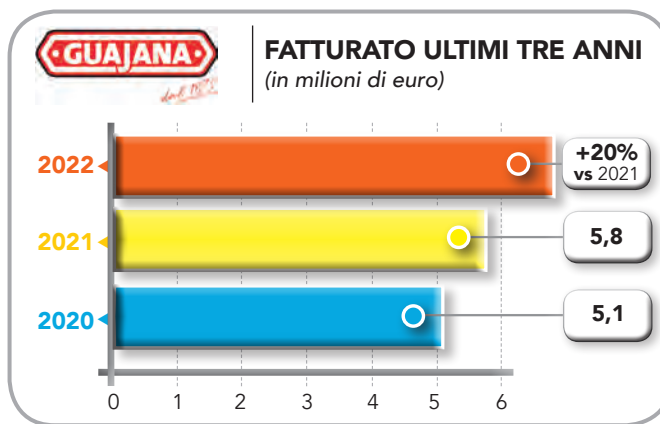
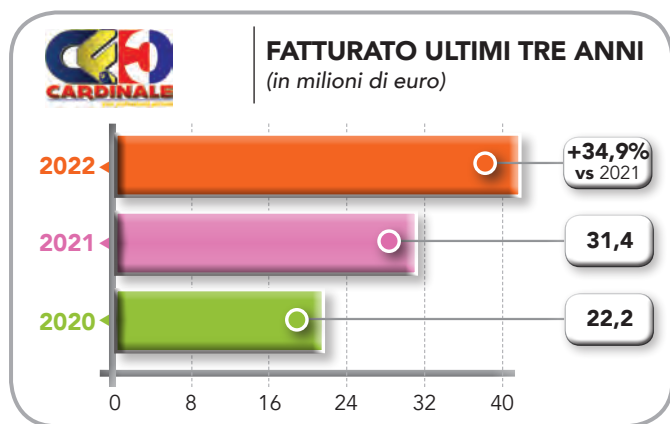
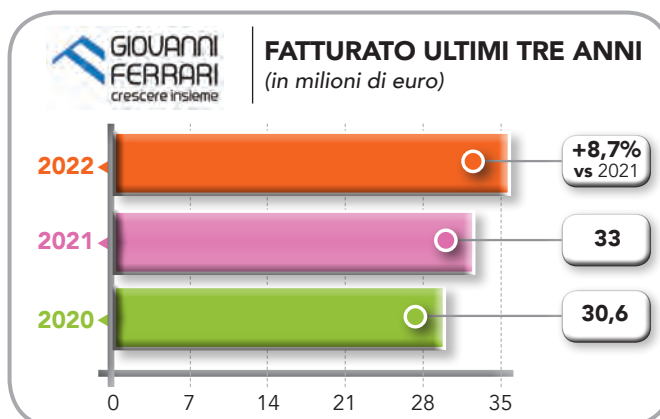
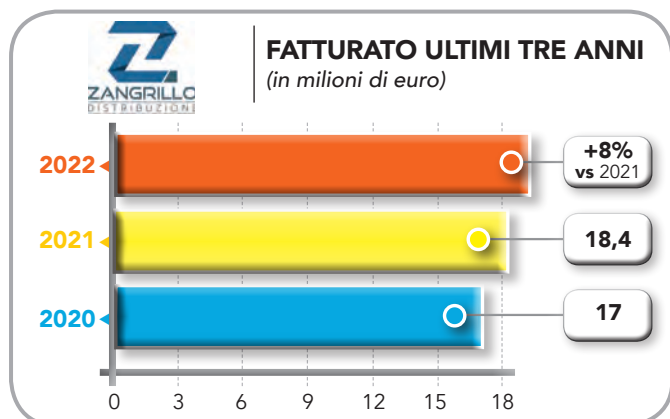
# I fatturati dell'ingrosso di ferramenta in Italia

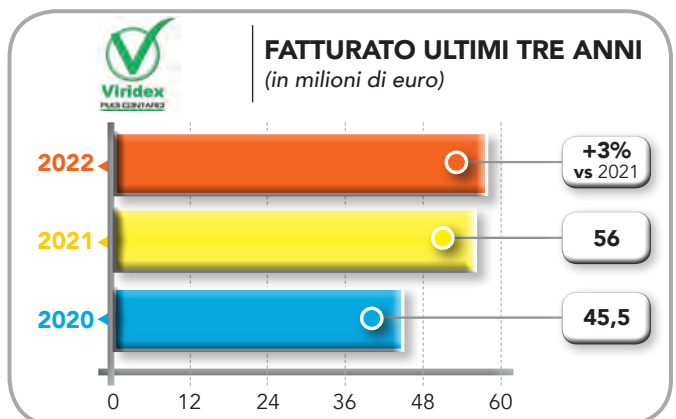
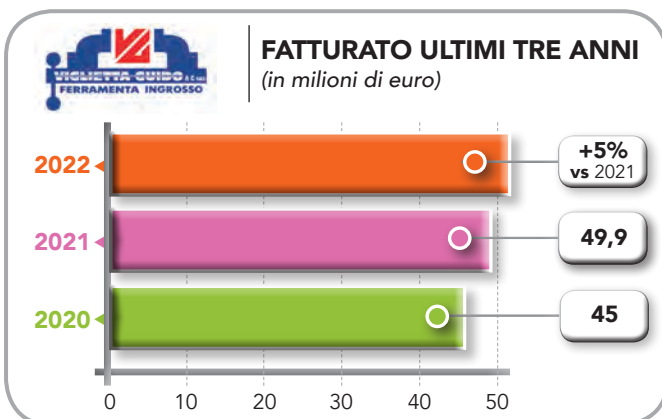
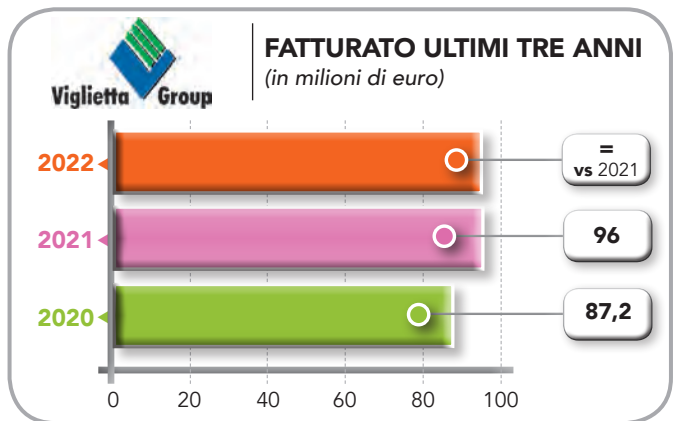
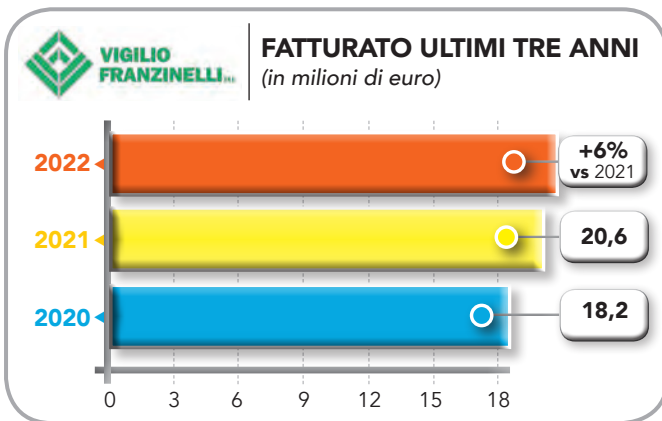
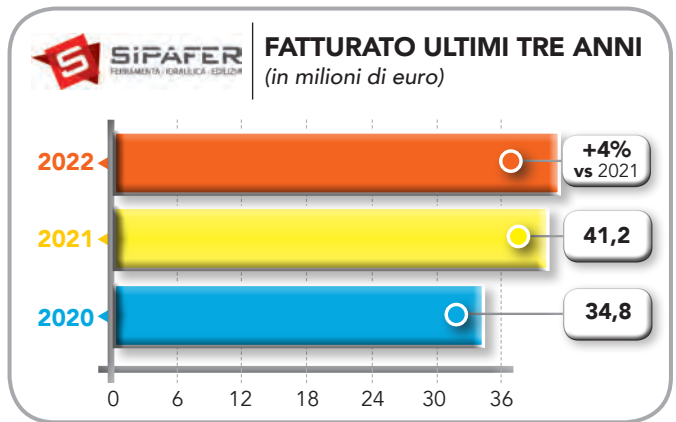
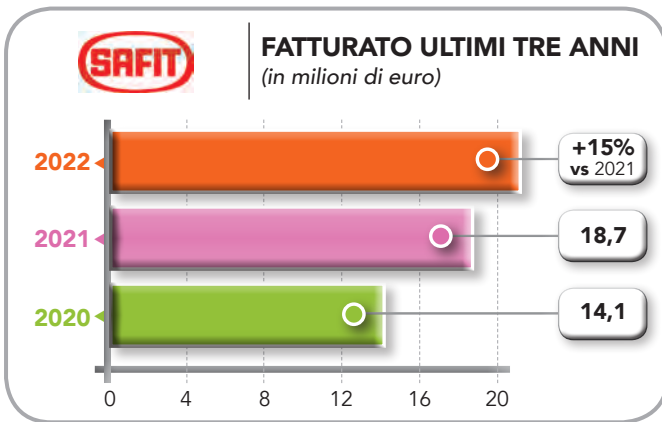
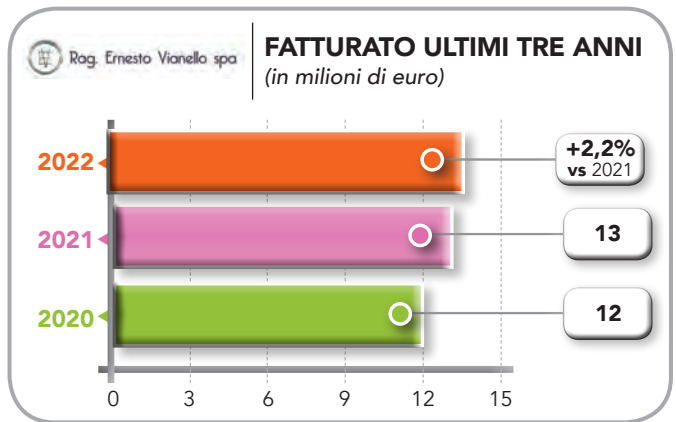
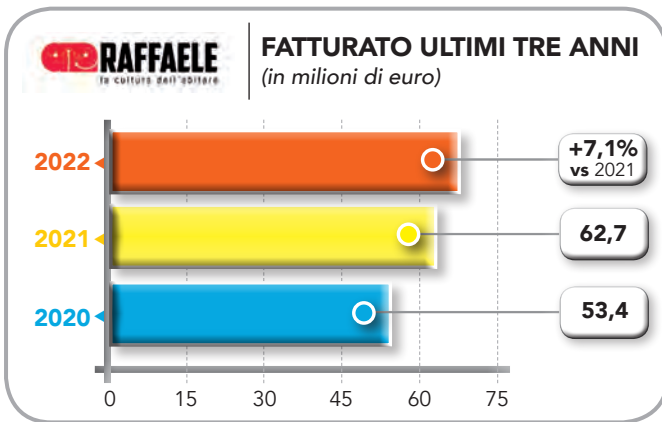




\*Settore ferramenta ingrosso

# Speciale Panel Distributori 2023





# È IN ARRIVO IL NUOVO CATALOGO SERRATURE & CHIAVI

\*REGISTRATI SU [WWW.MALFATTITACCHINIGROUP.IT](http://WWW.MALFATTITACCHINIGROUP.IT)  
PER RIMANERE AGGIORNATO E RICHIEDERE LA TUA COPIA!



MALFATTITACCHINI



MALFATTITACCHINI



MALFATTITACCHINI






# LA STABILITÀ DI CHI È VELOCE PER NATURA

La preparazione del nostro team e l'efficienza del magazzino totalmente automatizzato permettono una velocità di esecuzione che non lascia spazio a errori.



**NONSIAMONUMERI.IT** 



**AMBROVIT**<sup>®</sup>  
BOLTS+SCREWS

# Tutto pronto per



# EXPO

- FERRAMENTA
- CASALINGHI
- COLORI
- SICUREZZA





**Domenica 26 e lunedì 27 febbraio i padiglioni di MalpensaFiere ospiteranno l'attesa sesta edizione di EXPO Machieraldo, l'evento commerciale pensato per i professionisti dei settori ferramenta, casalinghi, colori e sicurezza. Tante le novità messe in campo da Machieraldo SpA, che renderanno la manifestazione ancora più attrattiva.**



*"I nostri fornitori guideranno i visitatori alla scoperta dei loro assortimenti e presenteranno i servizi dedicati al canale tradizionale. Immancabili, come sempre, anche le nostre promozioni ad hoc, valide solamente per le due giornate di evento"*

**Michele Raselli, Amministratore Delegato di Machieraldo Gustavo SpA**

**P**rosegono a pieno ritmo i lavori per mettere a punto **EXPO Machieraldo 2023**, l'evento B2B voluto da **Machieraldo Gustavo SpA** per far incontrare il loro patrimonio di fornitori con l'intera distribuzione al dettaglio dell'Italia settentrionale e non solo. La manifestazione, che nel 2022 ha registrato ben 2.620 accessi e 137 espositori, è realizzata sotto la regia di **Ma.Mu Marketing Multimedia-Divisione Eventi** e si preannuncia un'autentica **piazza d'affari** e una vetrina d'eccellenza per le ultime innovazioni di prodotto.

## Machieraldo VILLAGE

### LA MAPPA DI EXPO 2023



**Domenica 26 e lunedì 27 febbraio - nei padiglioni 1, 2, 3 di MalpensaFiere** - i dettaglianti potranno quindi trovare a EXPO Machieraldo molteplici input per dare nuovi slanci alle loro attività. I visitatori e le loro famiglie potranno anche scoprire **tante novità** che animeranno le due giornate di manifestazione. Si alzerà il sipario sull'inedita **area Machieraldo Village**, pensata per essere un'imperdibile "fiera nella fiera"; Machieraldo Gustavo offrirà **cibo per tutti i palati e l'intrattenimento per grandi e piccoli prevederà simulatori di guida e, per la prima volta, un divertente torneo di Calcio Balilla**. Il team di Machieraldo Gustavo SpA e tutti gli espositori accoglieranno con entusiasmo i visitatori per una intensa giornata di affari e di convivialità, in perfetto stile Machieraldo!



**PROVA I SIMULATORI DI GUIDA**



**Domenica 26**  
09:00-19:00  
**Lunedì 27**  
09:00-14:00

**Padiglioni 1 e 3**

**PARTECIPA AL TORNEO DI CALCIO BALILLA**



**Domenica 26**  
17:00-19:00

**Padiglione 2**

**L'INGRESSO È GRATUITO ED È CONSENTITO ESCLUSIVAMENTE AI SOGGETTI DOTATI DI PARTITA IVA.** L'iscrizione può essere effettuata direttamente sul portale: [www.expomachieraldo.it](http://www.expomachieraldo.it).



Per ulteriori informazioni stampa contattare:  
**Ma.Mu Srl - [eventi@iferronline.com](mailto:eventi@iferronline.com)**  
**+39 0272080052 (Elisa Buzzi e Fabrizia Vitelli)**





# Puntare sull'intelligenza **artificiale**

**Fox & Patton Advisor, specialista in Business Intelligence e Consulenza per il Credit Risk Management, diventa partner iFerr per la comunicazione dei suoi servizi. In un'interessante intervista il presidente dell'azienda, Domenico Bracone, presenta in anteprima la grande novità: Credit Mixer, un importante strumento, ideale per chi distribuisce in Ferramenta, per gestire in modo efficace e completo il portafoglio clienti basandosi sull'Intelligenza Artificiale.**

**iFerr: Ci ritroviamo dopo qualche anno in nuovi uffici e nuovo personale. Che cosa ha sviluppato la Fox rispetto al passato?**

**Domenico Bracone:** Dopo molti anni di attività nel settore Business Information *standard*, **Fox ha deciso di diventare la specialista del settore Business intelligence Italia-Estero**, per fornire alle aziende un supporto di alta qualità per la valutazione dell'affidabilità di un cliente, o anche di un collaboratore, puntando molto sulla ricerca e analisi delle informazioni che non sono disponibili dalle classiche fonti ufficiali come quelle camerali.

**iFerr: Può spiegare meglio di cosa si tratta?**

**D.B.:** È molto semplice; ogni volta che un'azienda deve assumere dei rischi maggiori, ha il dovere di prendere tutte le precauzioni



**FOX & PATTON ADVISOR®**  
Credit Risk Management + Credit Collection

**possibili e quindi avere più informazioni sulla controparte**, ma ha disponibili i soli dati *standard*, utili a raccontare situazioni già accadute, informazioni obsolete, come le visure o i bilanci.

**iFerr: E per la gestione corrente del cosiddetto Portafoglio Clienti che cosa propone Fox?**

**D.B.:** Argomento importantissimo visto che troppo spesso nelle aziende si sottovaluta il pericolo nascosto di una gestione disattenta del proprio Portafoglio Clienti, pericolo che cresce in modo esponenziale proprio quando crescono i fatturati. **Fox ha creato Credit Mixer, uno strumento basato sull'Intelligenza Artificiale, che permette di integrare le informazioni standard con le informazioni intangibili e qualitative** normalmente non considerate ma di fatto già presenti nelle imprese clienti; Credit Mixer riesce a creare un punteggio e quindi un valore a questo genere di informazioni e a creare nuovi Report sintetici ma sorprendentemente efficaci al fine di disporre di sistemi di monitoraggio molto più efficaci, reali e completi, semplificando il lavoro del Titolare o del Credit Manager che giornalmente deve assumere decisioni critiche sul fido da attribuire a ogni cliente.

**iFerr: Grossisti e Produttori di Ferramenta quanto sono oggi informati in merito a queste importanti novità?**

**D.B.:** Il settore Ferramenta è per noi un ambito familiare dati i trascorsi sperimentali ma estremamente positivi condivisi con i più importanti Grossisti italiani, ed è da essi che, proprio in questi giorni, con l'inizio del 2023, stiamo ripartendo comunicando l'avvio di questi nuovi servizi, e chiedendo un incontro. Per tale occasione offriamo in omaggio il famoso **DataFerr, edizione 2023**, stampato in 130 pagine, e a tiratura limitata, **che contiene i bilanci riclassificati dei Grossisti Ferramenta, con grafici e indici di bilancio**, e con una intera sessione di Ranking dove i Grossisti sono comparati per ciascuna voce ritenuta strategica.

**iFerr: Le prime edizioni del DataFerr sono state distribuite da Ma.Mu. a un costo unitario di 250 euro; un bel regalo...**

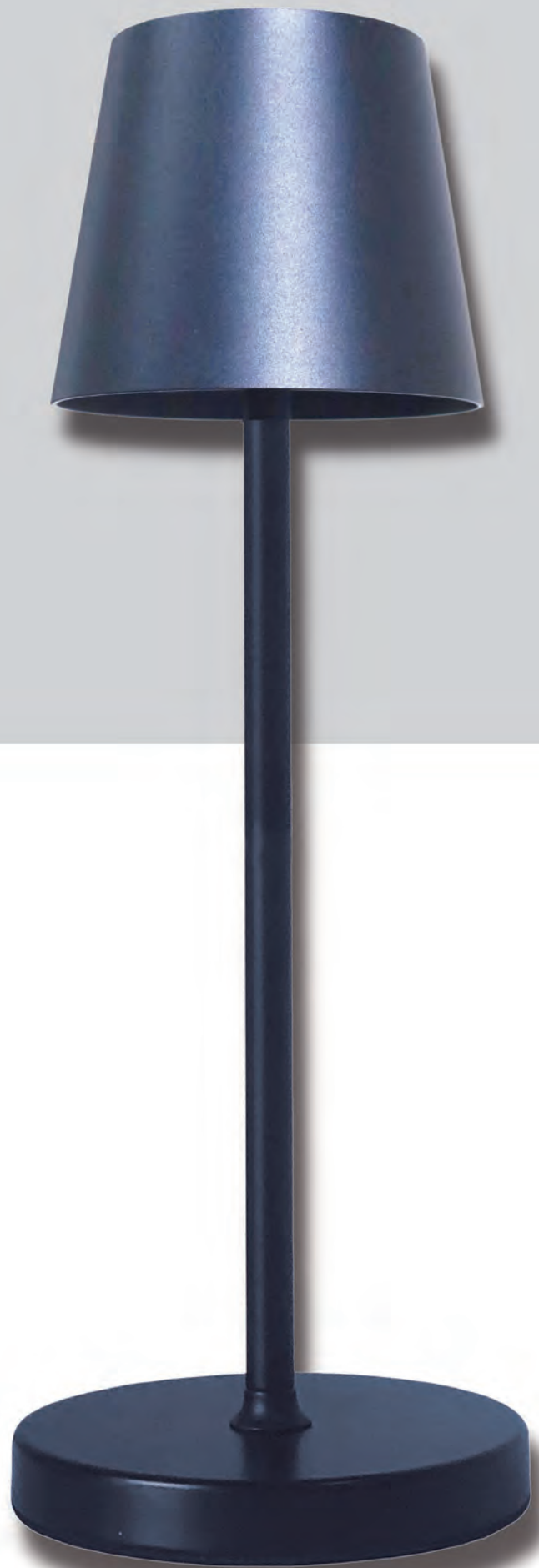
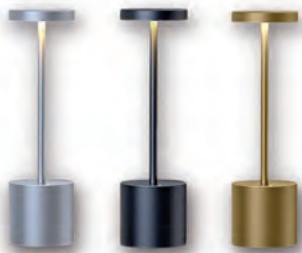
**D.B.:** La compilazione del DataFerr è tutt'altro che semplice; produrlo ha un costo elevato. Abbiamo potuto contare su una coincidenza fortunata offertaci da Intempra: il lancio di **SAV**, un prodotto straordinario che consente all'azienda di guidare il proprio agente nella fase di acquisizione ordini. **Con Intempra abbiamo un accordo di partnership dato che riteniamo di avere in questo momento due importanti soluzioni per il mondo della Distribuzione Ferramenta:** la prevenzione evoluta del credito ai clienti e la gestione avanzata del marketing applicato in vendita.

**iFerr: Avete un piano di comunicazione e partecipazione eventi che riguarda il binomio Fox e SAV?**

**D.B.:** Assolutamente sì. **Per comunicare con i Distributori in Ferramenta in modo rapido e credibile abbiamo bisogno di un bravo e credibile comunicatore, che sia in grado di gestire i contatti e la corretta informazione nel miglior modo possibile.** Per questo, ci siamo affidati completamente alle salde mani di **Sebastian Galimberti** che, dopo aver attentamente studiato i nostri rispettivi progetti, ha assunto l'incarico per la promozione e la diffusione dei nostri nuovi servizi, aggiungendo l'elemento della verticalità sul settore Ferramenta, che consentirà straordinari sviluppi e vantaggi per tutti gli utenti.



Lampade da tavolo Vigor®  
Scopri la gamma completa





# NADIR<sup>SRL</sup>



## CENTRO DISTRIBUZIONE INGROSSO FERRAMENTA EDILE NAPOLI

**SHARK**  
UTENSILI PER EDILIZIA



# BETONIERE

Ai nostri clienti garantiamo  
la massima qualità offrendo  
i migliori marchi

NADIRSRL



AMPIA GAMMA DI PRODOTTI AL NOSTRO PORTALE  
 **WWW.NADIRSRL.IT**



Inquadra il **QR-CODE**  
e vai direttamente al sito



ATTIVAZIONI WEB  
vendite@nadirsrl.com



# Il futuro del **retail**?

Sempre più tecnologico  
e vicino al cliente

**Molte previsioni sull'evoluzione del commercio al dettaglio vedono un futuro di grande sviluppo per chi saprà personalizzare l'offerta e proporre servizi all'avanguardia. Come? Grazie ai big data e alle nuove tecnologie.**



**T**ra le numerose tendenze che si stanno facendo strada nel panorama commerciale, non è semplice per gli operatori del retail **destreggiarsi e individuare le migliori strategie** per affrontare le sfide del futuro. Gli analisti forniscono diverse previsioni e molti spunti per supportare i retailer nell'individuare la strada da percorrere per **mantenersi concorrenziali sul mercato**. Secondo gli esperti, lo sviluppo dell'attività dovrà necessariamente puntare a **un'esperienza d'acquisto sempre più fluida, senza soluzione di continuità tra canale offline e online** e quanto più possibile **personalizzato**. L'uso di tecnologie evolute sarà quindi imprescindibile. Secondo il **"Report Retail 2022"**, elaborato da **Adyen** (piattaforma di pagamenti olandese) in collaborazione con **Kpmg** (gruppo multinazionale di servizi professionali alle imprese), **il 95% dei**

**merchant italiani continuerà gli investimenti per la trasformazione digitale**. *"Il ruolo del customer engagement assumerà una valenza sempre maggiore, trasformandosi in **customer intimacy** e passerà attraverso **punti di contatto digitali che s'integrano con continuità tra punto vendita fisico e digitale**", dichiara **Francesco Soncini Sessa, head of strategic alliances e co-founder di Mia-Platform**, tech company italiana specializzata nella costruzione di piattaforme e applicazioni che semplificano e accelerano l'erogazione di nuovi prodotti e servizi digitali. *"In questo nuovo scenario - prosegue Sessa - l'utilizzo di piattaforme per l'integrazione, aggregazione e l'analisi di ogni dato sarà essenziale per i retailer che vogliono evolvere il rapporto e il dialogo con il consumatore creando un'esperienza di acquisto unica e personale".**





### BIG DATA E RETAIL

La piattaforma di indagini di mercato **Research and Markets** stima che nel settore del retail, **il mercato dei big data analytics raggiungerà 13,1 miliardi di dollari entro il 2027** con un **incremento annuo del 23,6%** rispetto ai 4,6 miliardi previsti per il 2022. Inoltre, secondo un articolo della multinazionale di consulenza strategica **McKinsey**, l'impatto delle nuove soluzioni tecnologiche sarebbe in grado di **far raddoppiare il margine operativo netto (l'Ebit) dei retailer** oltre che rendere sempre più personale l'approccio con il nuovo consumatore. L'uso strategico dei dati permette di anticipare i bisogni del cliente e gestire nel miglior modo l'offerta a lui dedicata e i servizi pre e post vendita.

### LE NUOVE TENDENZE A SUPPORTO DEL RETAIL

In un'indagine realizzata per **Mia-Platform**, l'agenzia di marketing **Espresso Communication** ha individuato le tendenze che caratterizzeranno il punto vendita nel prossimo futuro. Tra le principali troviamo:

- **DATA FUNDAMENTAL.** Con questa espressione si sottolinea l'importanza **dell'uso strategico dei dati**, attualmente raccolti in modo ancora molto frammentato. La sfida futura sarà quella di arrivare a una **"retail datafication"**, ovvero una modalità efficiente di **aggregare i dati per sfruttarne l'enorme potenziale**. Per raggiungere questo obiettivo, i rivenditori dovranno dotarsi di **piattaforme basate su cloud**, che consentono un processo automatizzato di raccolta delle informazioni e il loro riutilizzo per analisi, trend e studi.

- **LOGISTICA CIRCOLARE.** La **sostenibilità** è già un must per le imprese ed è destinata a rafforzarsi ulteriormente nel retail del futuro. Le catene di approvvigionamento diventeranno più sostenibili con lo sviluppo di un **circuito logistico circolare** che vada a coprire tutto il ciclo di vita del prodotto. **I flussi delle merci saranno sempre più tracciati**, dal trasporto agli imballaggi fino alla gestione dei rifiuti, così da monitorarne in modo trasparente il **percorso eco-sostenibile dei prodotti**.

- **MICRO-INFLUENCER STUDIOS.** Le previsioni sul retail del futuro sostengono che una delle tendenze dei prossimi anni sarà **l'unione della vendita online e offline**, trasformando per una giornata i negozi in veri e propri **studi per i micro-influencer che offrono visibilità ai prodotti**.

- **INNOVATIVE PAYMENTS.** Le nuove soluzioni in cloud permettono **l'integrazione dei flussi di pagamento con il gestionale ERP dell'azienda e il negozio e-commerce**. In tal modo, oltre ad accrescere il controllo sulle transazioni, si ottiene una **raccolta dati sulle abitudini del consumatore** e la possibilità di accettare **forme di pagamento e circuiti differenti** come bonifici istantanei e carte virtuali.

- **VERTICALIZZAZIONE.** Grande diffusione si prevede per i format commerciali quali **temporary boutique, pop up store e negozi monomarca**, che aumentano il livello di **personalizzazione e verticalizzazione** dei negozi, anche attraverso aperture temporanee.

- **CUSTOMER ENGAGEMENT TOUCHPOINT.** Secondo **Gartner**, multinazionale di consulenza strategica, ricerca e analisi, entro il 2023 il 40% dei comportamenti individuali saranno tracciati attraverso sistemi di **"Internet of Behavior"**. Si può quindi ipotizzare un grande sviluppo del **Customer Engagement Hub, il framework che collega tutti i reparti della filiera del retail** per coinvolgere il cliente e fornire analisi predittive e trend di vendita.

- **NEAR FIELD COMMUNICATION.** Si tratta di una tecnologia che può essere utilizzata nel retail per **fornire ai clienti informazioni prima dell'acquisto** e trasmettere al rivenditore **dati sull'uso del prodotto dopo l'acquisto** da parte dell'utente.

# EXPO

FERRAMENTA

CASALINGHI

COLORI

SICUREZZA

## 26 e 27 febbraio 2023

MALPENSA FIERE

**La fiera dedicata  
ai settori ferramenta, casalinghi, colori,  
sicurezza e servizi**

MALPENSA FIERE

Media partner

**iFerr** magazine

# La rivoluzione



# green del packaging

**Il settore degli imballaggi è al centro di una vera e propria trasformazione ecologica, con lo studio di soluzioni sempre più a basso impatto ambientale e norme che impongono il riciclo o il riutilizzo dei confezionamenti da smaltire.**



**L**e normative europee sul packaging sono sempre più stringenti in termini di sostenibilità. Per ridurre gli imballaggi in circolazione si punta su due tipi di interventi: da un lato lo studio di **confezionamenti che utilizzino meno materiali possibili** e sempre più **riciclati, riciclabili e biodegradabili**; dall'altro si cercano modalità per **aumentare il riciclo e il riutilizzo** del packaging da smaltire. Tutti questi aspetti sono oggetto della proposta di **"Regolamento del Parlamento europeo e Consiglio Ue sugli imballaggi e rifiuti da imballaggio"**, presentata dalla Commissione Europea il 30 novembre 2022 per rivedere la precedente normativa in materia. Ma la gestione sempre più responsabile degli imballaggi non è frutto solo degli obblighi di legge. **Le aziende sono sempre più consapevoli dell'importanza di operare in modo etico e sostenibile e di ridurre quanto più possibile l'impatto ambientale.**



## LE SOLUZIONI PIÙ ALL'AVANGUARDIA

Le ultime frontiere nello sviluppo di imballaggi a basso impatto ambientale si stanno orientando su materiali naturali e tecnologie in grado di ridurre le dimensioni delle confezioni. Tra le soluzioni più all'avanguardia troviamo **imballaggi prodotti con alghe marine, materiali a base di cellulosa, cartone d'erba, carta d'ostrica, plastica di mais e letame di mucca**. La **fibra stampata** è invece un metodo che permette di ottenere un packaging riciclabile e personalizzabile con l'uso di materiali, inchiostri e lacche di diverso tipo. Particolarmente interessanti sono poi gli **imballaggi idrosolubili che si dissolvono a contatto con l'acqua calda** e il packaging piantabile, una carta ottenuta da **carta riciclata e semi selvatici che può essere piantata** quando non più in uso per far ricrescere una pianta. Per limitare i materiali usati per il confezionamento, una delle soluzioni più interessanti è sicuramente **la stampa 3D, che permette di stampare totalmente o parzialmente un imballo intorno al prodotto, utilizzando così solo il materiale strettamente necessario**.

Una scelta che trova pieno consenso anche tra i **consumatori, a loro volta attenti alle caratteristiche green** dei prodotti che acquistano, packaging incluso. Non stupisce quindi che, secondo la società di ricerche di mercato indiana **The Business Research Company**, il mercato globale degli imballaggi riciclabili ha raggiunto nel 2022 un valore di circa **28,3 miliardi di dollari**, registrando **una crescita del 7,2% rispetto al 2021**. Un trend che si prevede ancora in crescita, fino a toccare i **34,2 miliardi di dollari nel 2026**.

## LE SCELTE DEI CONSUMATORI SI BASANO ANCHE SUL PACKAGING

L'azienda milanese di marketing **Espresso Communication** ha realizzato una serie di approfondimenti in tema di packaging sostenibile per conto di Vitavigor, storica società italiana che produce grissini e sostitutivi del pane. L'indagine è stata condotta ricavando dati e informazioni da varie testate internazionali che rivelano la **forte propensione**



## GLI OBIETTIVI DELL'UNIONE EUROPEA PER LA RIDUZIONE DEGLI IMBALLAGGI

L'elevata quantità di packaging immessa sul mercato negli ultimi anni ha portato il Parlamento Europeo a riformulare il Regolamento sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio. Gli obiettivi del provvedimento sono oggetto di discussione in ambito industriale perché determinano interventi importanti, come il riutilizzo degli imballaggi e disposizioni ancora più stringenti sul riciclo che, secondo Confindustria, potrebbero mettere a rischio numerosi posti di lavoro. In sostanza il Regolamento mira a una **riduzione progressiva degli imballaggi prodotti pro capite pari al 5% entro il 2030, al 10% entro il 2035 e al 15% entro il 2040.**

### green dei consumatori di tutto il mondo.

Secondo la rivista B2B **Bakeryandsnacks.com**, infatti, il 47% degli americani **pagherebbe un costo aggiuntivo** per un prodotto confezionato con un imballaggio sostenibile e il 64% considera la **riciclabilità del packaging un elemento fondamentale nel processo di acquisto**. Tendenza analoga è stata riscontrata in Germania dove, secondo un sondaggio della società di ricerche **Ipsos**, il 77% dei consumatori vuole **meno imballaggi possibili** e, se tale condizione non è soddisfatta, il 63% **cambiarebbe anche le abitudini di acquisto**.

## GLI ECO-IMBALLAGGI CRESCONO ANCHE IN ITALIA

**GS1 Italy**, Ente che rilascia codici a barre, realizza **l'Osservatorio Immagino GS1 Italy** che monitora i fenomeni di consumo incrociando le informazioni delle etichette dei prodotti già digitalizzati da Immagino e i dati della società di ricerche **NielsenIQ**. Secondo tale osservatorio, nell'ultimo anno **sono aumentati del 5% i prodotti che comunicano esplicitamente sull'etichetta come gestire le confezioni dopo il consumo** (il 35,9% del totale della GDO). A commento di questi dati raccolti per **Vitavigor**, **Federica Bigiogera**, **marketing manager dell'azienda** ha dichiarato: "Negli ultimi anni le istanze di rispetto ambientale e sostenibilità hanno spinto la progettazione di packaging realizzati con materiali biodegradabili e compostabili, a basso



impatto ambientale e riciclabili al 100%. Per trovare soluzioni davvero sostenibili, tuttavia, è importante **affrontare il tema della sostenibilità in modo olistico e comunicare in modo trasparente**. L'imballaggio è parte della soluzione ma migliorando altre aree come la **catena di fornitura, i costi di produzione e il processo produttivo**, spesso invisibili ai consumatori, il risultato complessivo in termini di sostenibilità potrà essere ancora più forte ed efficace".



# Omnicanalità



# questa sconosciuta

**Secondo i dati dell'Osservatorio Omnichannel del Politecnico di Milano, in Italia è molto bassa la percentuale di imprese che hanno attuato una strategia omnicanale avanzata.**



## LE ATTIVITÀ OMNICHANNEL DELLE AZIENDE



**S**ono una minoranza le aziende italiane che possono vantare un business davvero omnichannel. Una situazione in controtendenza rispetto ai desideri dei consumatori, che invece ritengono molto soddisfacenti le esperienze di acquisto che permettono l'uso di più canali. A rivelarlo è il sesto **Osservatorio Omnichannel Customer Experience**, promosso dalla **School of Management del Politecnico di Milano**. Secondo quanto emerso nell'edizione 2022, **solo il 6% delle imprese intervistate ha implementato una strategia avanzata per l'omnicanalità**, il 36% ha nominato un responsabile per quest'area e il 15% ha stanziato un budget dedicato. Le aziende che hanno intrapreso questa strada sono prevalentemente caratterizzate da un **responsabile unico** e sono dotate di **modelli organizzativi strutturati** e di un **budget ben definito** per lo sviluppo della strategia. Si tratta, inoltre, di imprese che adottano un **approccio evoluto anche nella misurazione dell'impatto dell'omnicanalità sul proprio business** e che si sono dotate di tecnologie adeguate a personalizzare l'esperienza cliente. Nel panel interpellato dall'Osservatorio, inoltre, **il 22% delle imprese sta ancora muovendo i primi passi in questa direzione.**

## I CINQUE STADI DI SVILUPPO DELLE IMPRESE

Con i dati raccolti l'Osservatorio ha valutato lo stadio di sviluppo della strategia omnichannel delle aziende intervistate, individuando **cinque livelli**. Il primo è quello delle **"imprese ai primi passi"**, che include il 22% del panel. Si tratta di realtà che hanno appena avviato il loro percorso verso l'omnicanalità.

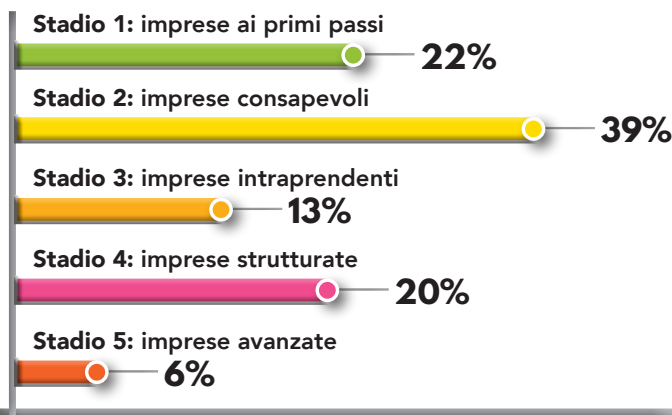


Il 39% delle imprese rientra invece nel gruppo delle **"consapevoli"**, avendo raggiunto una discreta evoluzione strategico-organizzativa, pur mostrando ancora alcune carenze in ambito di data strategy, tecnologia ed execution. Il 13% delle imprese può essere incluso nel gruppo **"intraprendenti"**, ovvero società organizzate sull'omnicanalità ma mancanti di alcuni elementi essenziali come un budget o un responsabile dedicato. Ci sono poi le aziende **"strutturate"**, a cui appartiene il 20% del panel e che sono caratterizzate da buoni livelli su tutte le dimensioni analizzate ma con margini di miglioramento nel processo di raccolta e gestione dei dati sui clienti e in fase di execution legata ai processi di gestione del cliente. Infine, il 6% delle organizzazioni interpellate dall'Osservatorio può essere definito **"avanzato"**, cioè realmente maturo in ambito omnicanale, grazie a modelli organizzativi e ruoli ben definiti, una cultura e iniziative omnicanale e data-driven diffuse, nonché un approccio evoluto alla misurazione degli impatti di tale strategia sul business aziendale.

## I CLIENTI SONO PRONTI

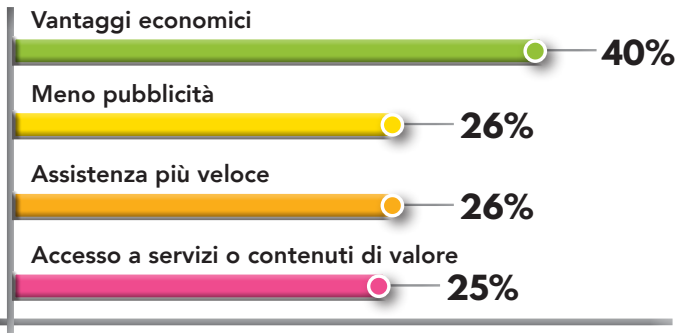
L'ancora scarsa offerta di esperienze d'acquisto omnichannel è piuttosto sorprendente se si pensa che, al contrario, **i consumatori sono molto ben disposti verso questo tipo di approccio**. I dati dell'Osservatorio del Politecnico di Milano evidenziano che tra gli utenti di Internet, **il 98% di chi vive un'esperienza interamente omnicanale si dichiara pienamente soddisfatto**, ma per il 60% non è ancora possibile vivere esperienze fluide, personalizzate, coerenti e sinergiche. È molto interessante notare che l'aspetto della condivisione dei dati non è più un problema. Solo 13% dei consumatori si dichiara contrario, mentre **l'87% è disposto a condividere dati con le aziende**, in particolare a fronte di un vantaggio economico (40%), meno pubblicità (26%), assistenza più celere (26%), accesso a servizi o contenuti di valore (25%).

### I CINQUE STADI DI SVILUPPO DELLE STRATEGIE OMNICHANNEL



## L'APPROCCIO DEI CONSUMATORI

Consumatori disposti a condividere dati con le aziende in cambio di vantaggi, quali: **87%**



## DATA STRATEGY, LA VALORIZZAZIONE DEI DATI

Gli analisti dell'Osservatorio Omnichannel spiegano che la base di un'attività omnicanale è la Data Strategy. "Non è sufficiente raccogliere informazioni", sottolineano gli esperti, "queste vanno integrate in logica di **Single Customer View**. A oggi solo il 20% delle realtà intervistate lavora in tale direzione includendo anche **dati avanzati** e ottenendo così una vista 'ricca' sul singolo utente". Cosa significa nel concreto? Significa **raccogliere dati che vanno poi analizzati e condivisi con le funzioni che interagiscono con il cliente**, come l'ufficio marketing, le vendite e il reparto customer care. Da questo punto di vista l'Osservatorio riscontra che poche aziende vanno oltre le **analisi descrittive**. Il 36% ha sviluppato **analisi predittive** (ovvero anticipano i bisogni dei clienti), mentre il 22% ha realizzato **analisi prescrittive** (offrono suggerimenti per migliorare la relazione del cliente con l'azienda).

## PAROLA D'ORDINE: INTEGRAZIONE

A decretare il successo di una strategia omnicanale è la capacità di **integrare i vari canali coinvolti**. L'Osservatorio ha messo in luce che nel 78% dei casi c'è la consapevolezza tra i responsabili di dover integrare le strategie di vendita, ma **la concretizzazione di questo processo è ancora lontana**. Il 39% delle aziende ha attivato alcune progettualità online to offline (come il Click & Collect), ma solo circa un terzo di questi riguarda modelli più evoluti in cui il journey, ad esempio, inizia offline e termina su canali

## LA VALORIZZAZIONE DEI DATI

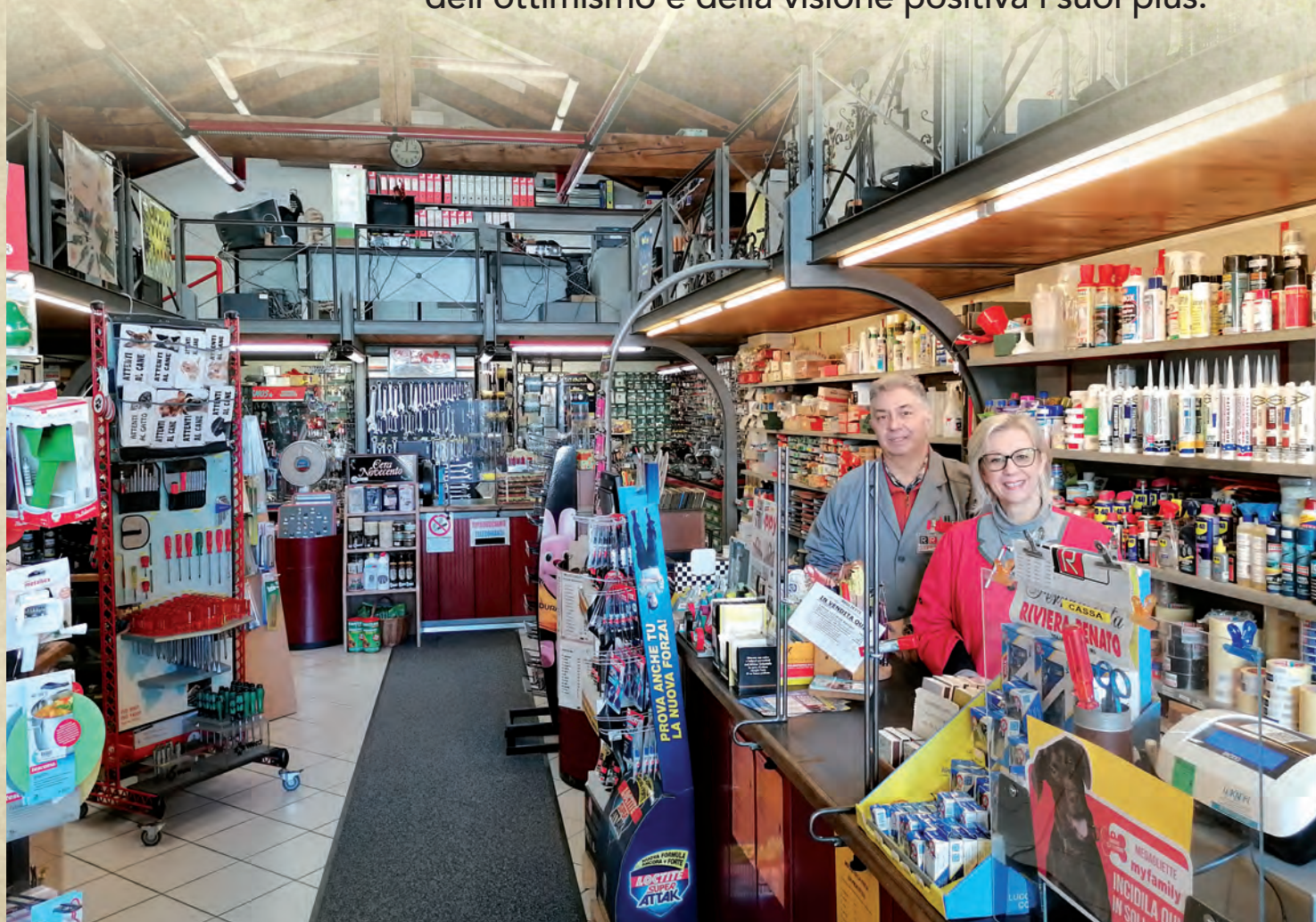


digitali. Poche imprese, inoltre, sono in grado di misurare l'efficacia delle azioni omnicanale attraverso strumenti di misurazione avanzata. «Se fino a qualche anno fa la trasformazione 'cliente centrica' e omnicanale costituiva un volano di differenziazione competitiva, il contesto pandemico prima e l'incertezza economica poi hanno innalzato la priorità del tema - **ha dichiarato Nicola Spiller, direttore dell'Osservatorio Omnichannel Customer Experience** - : investire nel dialogo con i propri acquirenti e assumere una prospettiva integrata significa permettere alle aziende di **ridurre alcune inefficienze di processo** e di avviare un circolo virtuoso con il cliente stesso. La trasformazione omnicanale è pervasiva e coinvolge l'intera organizzazione. **Come in un'orchestra, tutte le funzioni e i processi aziendali (dal marketing alla logistica, dalla produzione alle vendite) devono suonare all'unisono**, avendo come obiettivo il miglioramento dell'esperienza del cliente. Ciò richiede un forte commitment del vertice aziendale e, nella maggior parte dei casi, una **profonda trasformazione organizzativa**».



# Servizio, qualità e un **sorriso** sulle labbra

Un negozio che offre supporto al cliente e prodotti di qualità. Ma soprattutto un punto vendita che ha fatto dell'ottimismo e della visione positiva i suoi plus.





**A**zienda familiare situata in un piccolo comune del Biellese, la **Ferramenta Riviera Renato** è oggi gestita dalla **seconda generazione della famiglia Riviera, Elena e il fratello Stefano**, subentrati al padre Renato, oggi in pensione. *“Siamo un’azienda familiare”, racconta Elena. “Mio fratello ed io siamo soci e titolari con tre dipendenti. L’attività è stata avviata nel 1980 da nostro padre Renato, che ha aperto un piccolo negozio nel nostro comune, Vigliano Biellese, un piccolo centro con meno di 8.000 abitanti. Ai tempi era una ditta individuale dove nostro padre lavorava aiutato da nostra mamma Rita. Negli Anni Novanta abbiamo acquistato l’attuale sede, situata a pochi metri dalla prima, dove ci siamo ingranditi. Anni dopo è entrato in azienda mio fratello, che ha qualche anno più di me, e successivamente io alla fine degli studi. Con l’avanzare dell’età i nostri genitori si sono ritirati e il negozio è passato sotto la nostra gestione. Oggi papà e mamma sono ottantenni, ma continuano a interessarsi dell’andamento della società. Grazie a loro abbiamo appreso lo spirito imprenditoriale, la competenza e la professionalità”.*

#### L'ATTIVITÀ SI ESPANDE

Prendendo in mano con entusiasmo e competenza le redini della società di famiglia, Stefano ed

#### RIVIERA RENATO & C. SNR

di Riviera Stefano ed Elena  
Via Milano, 292/294  
Vigliano Biellese (BI)  
[www.rivierarenato.com](http://www.rivierarenato.com)

Elena acquisiscono un magazzino adiacente al negozio per espandere l’attività. *“Il nostro punto vendita”, prosegue Elena, “tratta circa 35.000 articoli, con un focus particolare sulla minuteria metallica e d’ottone. Siamo anche specializzati nella duplicazione chiavi, per la quale in zona siamo molto conosciuti. Offriamo poi maniglia, articoli per restauro mobili, viterie e bullonerie, utensileria manuale di qualità. Trattiamo marchi tra i più noti anche nell’ambito dei casalinghi, adesivi, collanti, materiale elettrico e idraulico, prodotti chimici e vernici. Lo sviluppo e la crescita dell’azienda nel tempo sono merito, senza dubbio, anche del prezioso lavoro e impegno dei nostri*



collaboratori: Marco ("storico" collaboratore da oltre 25 anni), Danila (la nostra impiegata, sempre sorridente) e Luca (il più giovane della "famiglia"). Da noi si respira un clima di cordialità e sintonia... e i nostri clienti ne sono testimoni".

## MISSION: RISOLVERE I PROBLEMI DEL CLIENTE

Il servizio e il consiglio sono tra i punti di forza della Ferramenta Riviera Renato, da cui **il cliente deve sempre uscire soddisfatto e con una soluzione al problema che l'ha portato nel punto vendita.** "Il nostro obiettivo è cercare di offrire un servizio quanto più efficiente possibile al cliente, aiutandolo a risolvere i problemi. In genere, la prima cosa che dicono i clienti quando arrivano al banco è proprio 'buongiorno, avrei un problema...'. Una frase tipica e ricorrente, che ci fa capire che contano sul nostro aiuto e consiglio ed è quello che noi cerchiamo di offrire con serietà professionale. E, quando non riusciamo a risolvere il problema, proviamo comunque a consigliarlo in modo che esca dal nostro negozio soddisfatto, con della merce ma anche semplicemente con un'informazione in più che gli sia utile. A volte un cliente non conosce un articolo o non sa come risolvere un problema. Magari ha già la soluzione a portata di mano e sta a noi fargliela conoscere parlando con lui per trovare la soluzione più adeguata. **I nostri clienti sono prevalentemente privati, che rappresentano circa l'80%, mentre il restante 20% è rappresentato da piccole aziende locali e artigiani**".

## IL PRODOTTO DI QUALITÀ PAGA SEMPRE

Oltre al servizio, Elena e Stefano puntano molto sui prodotti di qualità. "La qualità senza dubbio paga nel tempo", sottolinea Elena. "Non guardiamo più



di tanto al prezzo finale dell'articolo, perché sappiamo che la qualità è sempre apprezzata e soddisfa le aspettative dei clienti. **Poi nell'ampia offerta tipica della ferramenta si inseriscono anche degli articoli più economici, ma noi li trattiamo in modo marginale, puntando sul prodotto di qualità.** Il settore è molto cambiato negli ultimi anni e i clienti sono sempre più esigenti, non si accontentano facilmente".

## IL SORRISO PER AFFRONTARE I CAMBIAMENTI

**Ciò che non manca alla Ferramenta Riviera Renato è l'ottimismo. Una qualità con la quale l'azienda ha superato le difficoltà e i cambiamenti nel tempo.**

"Sono cambiate tante cose, soprattutto in questi ultimi due anni. È cambiato il cliente e le sue abitudini. Tempo fa aprivamo il negozio tutto il sabato, ma negli ultimi anni abbiamo notato che le visite si stavano concentrando sempre di più la mattina, così abbiamo deciso di riorganizzare l'orario di lavoro, chiudendo nel pomeriggio. I clienti probabilmente dedicano il sabato pomeriggio ad altri impegni o a visitare i grandi centri commerciali. Tra gli altri grandi mutamenti, posso dire che, come tutti, stiamo affrontando l'ondata dei rincari generali, con listini che continuano a cambiare e che a fatica riusciamo a seguire. Dobbiamo però restare sempre ottimisti: la positività è fondamentale per superare le fasi più difficili", conclude Elena.





# ZIPPO®

**ZIPPO ITALIA SRL**

via Lagoscuro 5  
19020 Vezzano Ligure  
La Spezia • ITALY  
tel. (39) 0187 940.941  
fax (39) 0187 940.944  
info@zippo.it  
www.zippo.it



 **SOCIO EFFETTIVO**  
**ANFAO**  
Associazione Nazionale  
Fabbricanti Articoli Ottici

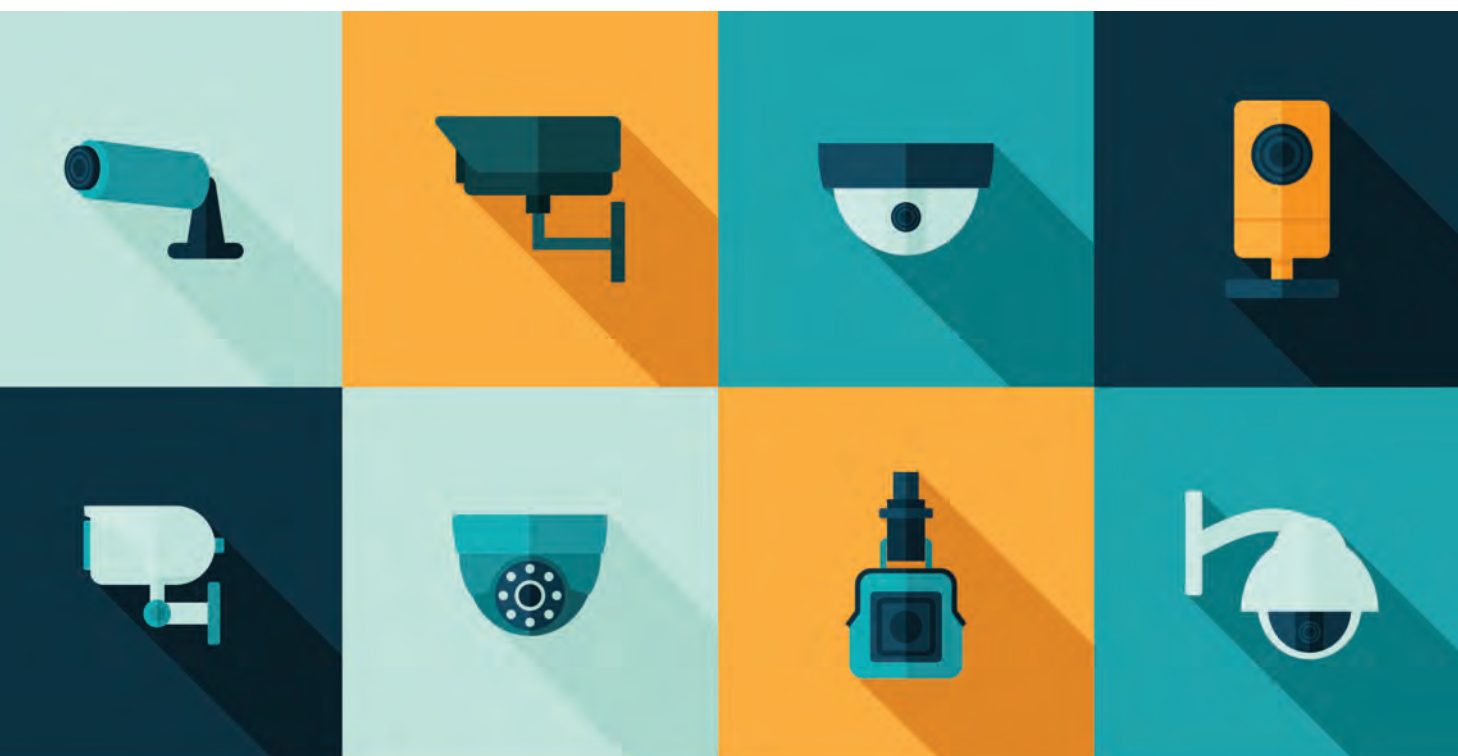


SCOPRI IL NUOVO  
**CATALOGO 2023**  
su [zippobusiness.it/pages/cataloghi](https://zippobusiness.it/pages/cataloghi)

OCCHIALI DA LETTURA E DA SOLE

# VIDEOSORVEGLIANZA e sicurezza: la disciplina vigente

**Ecco tutto quello che si deve sapere prima di installare una telecamera di sicurezza all'interno del proprio negozio**



**iFerr: Se sono proprietario di un negozio posso apporre videocamere di sorveglianza?**

L'apposizione di telecamere a fini di sicurezza e tutela del patrimonio è certamente considerata una misura di sicurezza legittima per il negoziante/imprenditore; tuttavia tale diritto non è assoluto e **deve essere bilanciato con il diritto alla privacy dei terzi**.

In merito, si sottolinea che, da tempo, è vigente

nel nostro ordinamento giuridico il nuovo **Regolamento Europeo in ambito privacy**, il c.d. **GDPR**, il quale ha rivoluzionato gli adempimenti a cui un soggetto è tenuto allorché nell'ambito della sua attività professionale acquisisce dati personali, tra cui rientra certamente l'immagine di coloro che accedono al proprio punto vendita. Alla luce della recente normativa, **sono numerose le novità e le implementazioni richieste**, ad

## CONSIGLI UTILI PER TE

**a**

Attenzione: per essere conformi alla normativa vigente in materia di dati personali è opportuno **rivolgersi ad un consulente legale con esperienza professionale nella materia.**

**b**

**Le linee guida EDB del 29 gennaio 2020 in materia di videosorveglianza** suggeriscono di utilizzare tale misura di sicurezza come extrema ratio e di provare a tutelare la sicurezza dei propri locali con altre misure meno invasive per la privacy di terzi, quali inferriate ed allarmi perimetrali;

**c**

Attenzione: se l'immobile si trova in un condominio non si può agire in autonomia, **è necessaria una delibera dell'assemblea condominiale.**



esempio la redazione del registro dei trattamenti, tuttavia sono rimaste ferme alcune regole base già consolidate da tempo nel nostro ordinamento.

### **iFerr: Quali sono gli adempimenti "base" in materia di privacy in caso di sistema di videosorveglianza?**

A fini meramente indicativi e senza alcuna pretesa di esaustività, **tra le regole di base nell'ambito di detta materia possiamo sicuramente annoverare:**

- **a. l'apposizione di un'informativa di primo livello**, ovvero l'apposizione di apposita cartellonistica riportante la dicitura "area videosorvegliata" e l'apposizione di un'informativa estesa, nella quale si diano le informazioni di cui all'art 13 GDPR;
- **b. la limitazione dell'area di operatività del sistema di sicurezza** allo spazio strettamente necessario e di esclusiva propria pertinenza, evitando strade pubbliche e/o aree comuni nel caso in cui il punto vendita si trovi in un condominio.
- **c. prevedere un termine massimo di conservazione** delle immagini non superiore alle 48 ore.

### **iFerr: Cosa succede se la telecamera è solo fittizia?**

È noto che spesso l'apposizione delle telecamere, specie in aree esterne abbia una finalità di mero deterrente e che le stesse siano,



in realtà, **inidonee ad acquisire effettivamente alcun dato personale.**

In tal caso, la normativa Europea ritiene che non vi sia applicazione della normativa ed il Garante italiano ha ritenuto che un ricorso avverso all'apposizione di telecamere finte sarebbe inammissibile perché non vi è effettivo trattamento di dati.

## HAI DUBBI?

Per approfondimenti o ulteriori chiarimenti in merito all'argomento trattato in questo articolo, contatta iFerr scrivendo un'email a: **redazione@iferr.com.**



**NON LASCIARE  
NULLA AL CASO,  
AFFIDATI A**

**EMA**

D I S T R I B U T I O N

**IN UN MONDO DOVE SI É SEMPRE PIÚ CONNESSI**

EMA DISTRIBUTION SRL, AZIENDA ITALIANA CON 30 ANNI DI ESPERIENZA NEL MONDO DEGLI ACCESSORI PER SMARTPHONE, GARANTISCE UN SERVIZIO CHIAVI IN MANO SENZA RISCHIO GESTIONALE E CON GARANZIA DI FATTURATO E MARGINALITÀ INTERESSANTI.

SODDISFARE LE ESIGENZE NON SOLO DELL' AZIENDA E DEL PROFESSIONISTA, MA ANCHE DEL PRIVATO, SEMPRE PIÚ ATTENTO A QUELLO CHE OFFRE IL MERCATO, É LA "MISSION" DI EMA DISTRIBUTION SRL.

## PERCHÉ SCEGLIERE EMA DISTRIBUTION SRL

- ✓ POSSIBILITÀ DI TEST INIZIALE NEI TUOI NEGOZI
- ✓ FORNITURA DELLE SOLUZIONI ESPOSITIVE PERMANENTI O PROMOZIONALI IN COMODATO D'USO
- ✓ CERTIFICAZIONI EUROPEE
- ✓ GARANZIA 24 MESI SODDISFATTI O RIMBORSATI
- ✓ ROTAZIONE DEI PRODOTTI GARANTITA CON ANALISI VENDITE TRIMESTRALE
- ✓ SERVIZIO MERCHANDISING PERIODICO
- ✓ GARANZIA DI INCREMENTO DI FATTURATO E MARGINALITÀ

## I NOSTRI BRAND:

**Tiemme**  
A world of possibilities.



**Take it easy**



# da oltre 50 anni al tuo servizio



# atas<sup>®</sup>

SPECIALITY



## ESPERIENZA E PROFESSIONALITÀ



per **PROTEGGERE**  
per **SGRASSARE**  
per **RAVVIVARE**  
per **RIMUOVERE**

per **LUCIDARE**  
per **DETERGERE**  
per **ASCIUGARE**  
per **RIPARARE**

per **LUBRIFICARE**  
per **PROFUMARE**  
per **SBLOCCARE**  
per **IGIENIZZARE**



Via Nazionale, 279 - Codisotto di Luzzara (RE) - Italy

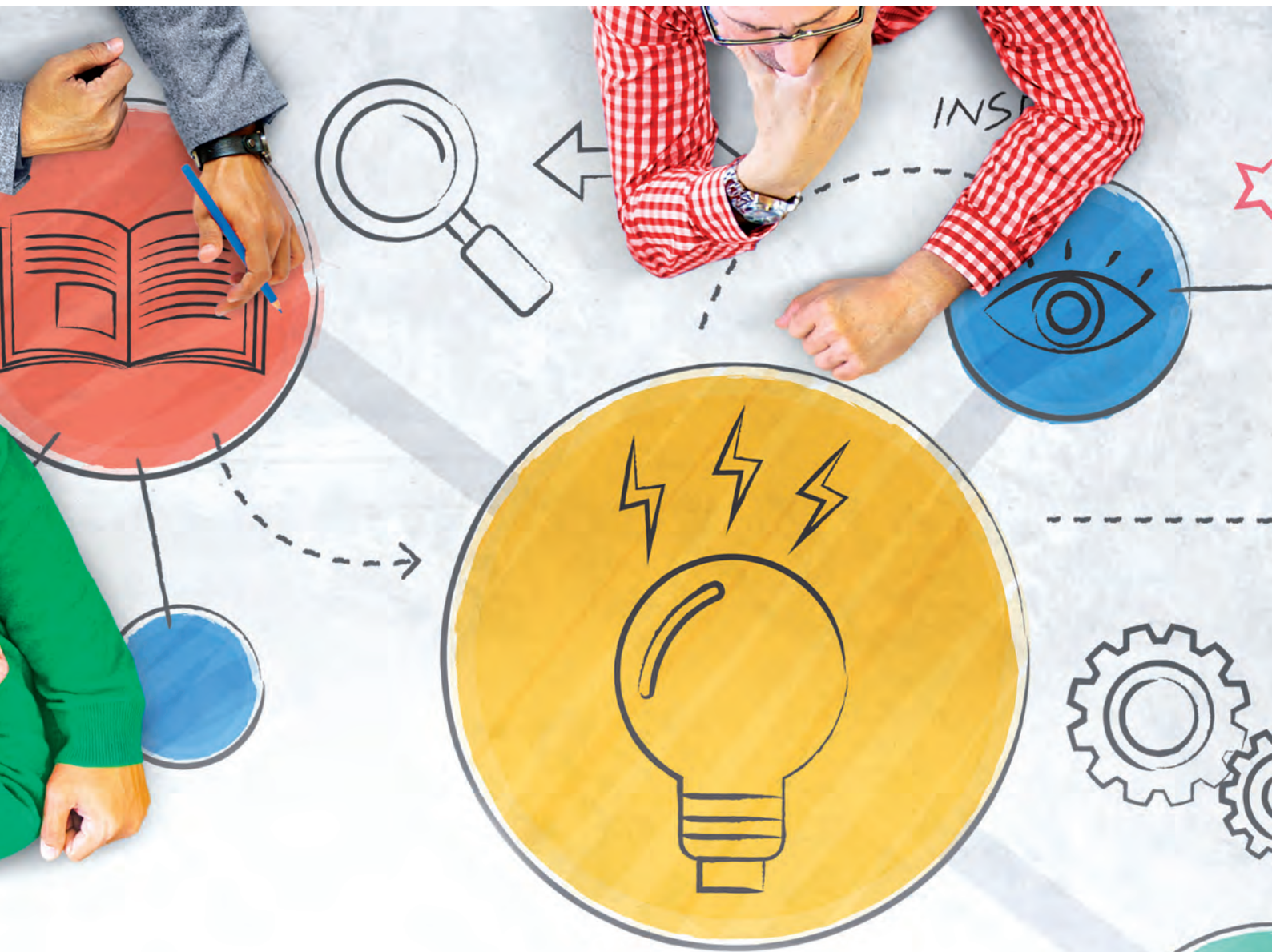
tel. 0522 976731 r.a. - 0522 978002 - fax 0522 976903 - [www.atasrli.it](http://www.atasrli.it) - [info@atasrli.it](mailto:info@atasrli.it)

SISTEMA DI GESTIONE  
QUALITÀ CERTIFICATO  
**CCQ**  
CERTIQUALITY

UNI EN ISO 9001:2015

SISTEMA DI GESTIONE  
AMBIENTALE CERTIFICATO  
**CCQ**  
CERTIQUALITY

UNI EN ISO 14001:2015



# Usare le **Soft Skills** in ferramenta



**Non basta conoscere tecnicamente i prodotti e avere un know-how solido. Ci vogliono capacità comunicative ed empatiche spiccate per poter avere successo nelle vendite.**

**“Hard Skills” e “Soft Skills”**: questi due termini sono diventati da qualche anno a questa parte di uso comune. **Ma qual è il loro significato? E perché sono importanti per la vendita?**

Iniziamo con il dire che le “Hard Skills” sono **quelle capacità facilmente individuabili in una persona e comprendono il livello di studio, la padronanza delle lingue, la conoscenza di aspetti tecnici e le tecniche di vendita intese come capacità (Skills)**. Quindi, come recita la Treccani, sono capacità cognitive che attengono alle competenze / capacità tecniche effettivamente possedute dal soggetto.

Le “Soft Skills”, al contrario, sono competenze difficili da valutare, ma importantissime nell’ambito lavorativo di qualsiasi genere. La Treccani le definisce delle capacità non cognitive, che fanno riferimento ad aspetti o tratti della personalità quali la competitività, la motivazione o la capacità di lavorare in gruppo.

Nell’ambito specifico della vendita in generale, ma anche di quella in ferramenta, è fondamentale dunque avere delle **buone conoscenze e competenze tecniche** che dimostrino la **padronanza dei prodotti che vengono proposti ai nostri interlocutori**. Queste conoscenze però non sono sufficienti per entrare in empatia con la persona che abbiamo di fronte. Ecco che qui entrano in gioco le **“Soft Skills”** che, se usate con abilità, possono fare la differenza in una trattativa di vendita. Ormai si è capito, infatti, che non basta elencare caratteristiche, specifiche tecniche e numeri per arrivare a una conclusione positiva della trattativa, ma bisogna saper entrare in empatia con il cliente.



### > CAPIRE IL CLIENTE

Proprio per questo, la prima Soft Skill da utilizzare è la **capacità di comunicare**. Sapersi rapportare con il cliente, comprendendo la tipologia di persona con la quale si ha a che fare. Rendersi ben conto di che tipo di linguaggio utilizzare, è fondamentale per proseguire la nostra trattativa. Infatti, con un cliente che dimostra di avere delle buone competenze tecniche e che ha un atteggiamento convenzionale, bisogna usare un approccio altrettanto rigoroso, incentrando la conversazione su aspetti tecnici.

Se invece il nostro cliente non ha particolari conoscenze tecniche, è necessario avere un atteggiamento più informale, **usare un linguaggio semplice che però gli faccia ben comprendere le caratteristiche del prodotto che stiamo proponendo**.



**Walter Silvano**

Amministratore Unico Studio Mario Silvano  
Consulenza e Formazione Risorse Umane

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.

Quindi è importante far capire al cliente che ci stiamo prendendo cura di lui, che stiamo facendo il massimo per lui, per aiutarlo a soddisfare le sue esigenze. Con questo atteggiamento, lo rendiamo più orientato positivamente all'acquisto.

**Un'altra importante "Soft Skill" legata alla capacità di comunicare, è la capacità di ascoltare.**

Ancora oggi questa capacità viene erroneamente sottovalutata perché può fare la differenza in una trattativa. L'ascolto, e ancor meglio quello attivo, è una capacità che è importantissimo coltivare e che fa sentire il cliente compreso.

**Dimostrare al cliente che ha tutta la nostra attenzione utilizzando anche dei segnali non verbali** (annuendo con

il capo, osservandolo, mandando dei segnali anche gestuali) fa percepire al cliente quanto teniamo a lui, quanto sia importante per noi capire le sue esigenze per poi proporgli delle soluzioni che possano soddisfarle.

E non solo. Perché imparando ad ascoltare il nostro interlocutore potremo raccogliere tantissime informazioni su di lui, **gli daremo la possibilità di esternare i suoi bisogni palesi, ma ancor più quelli latenti, che forse nemmeno lui sa di avere.**

Ultima, ma non ultima per importanza, è un'altra Soft Skill: l'empatia che è collegata con la capacità di ascolto. **Entrare in empatia con il cliente ci consente di comprenderne i sentimenti, le paure, le insicurezze.** Capire a fondo il cliente vuol dire conoscere le sue necessità, e tutte le sfaccettature che dovremo proporgli per portarlo ad

una conclusione positiva di acquisto. Dopo tanta teoria, l'invito che vi facciamo è quello di **provare a mettere in pratica queste Soft Skills e vedere come cambiano le vostre trattative in termini di risultati raggiunti.** Vale sempre l'affermazione di una vecchia pubblicità: "Provare per credere!" Siamo volentieri a vostra disposizione per un confronto di idee.

**Scriveteci a [direzione@studiomariosilvano.it](mailto:direzione@studiomariosilvano.it)**



la tua  
casa,  
comoda,  
pratica,  
sicura.

Xtra

Xtra

LA CASA DELLA QUALITÀ

Tutto il necessario per vivere al meglio la tua casa.



**CDF**  
CONSORZIO  
DISTRIBUTORI  
FERRAMENTA

[www.c-d-f.net](http://www.c-d-f.net)

**GIOVANNI  
FERRARI**

GIOVANNI FERRARI S.R.L.  
Pomezia (RM) - Lazio  
+39 06 91609901  
[vendite.ferrari@ferramenta.it](mailto:vendite.ferrari@ferramenta.it)  
[www.ferraridistribuzione.eu](http://www.ferraridistribuzione.eu)

**Machieraldo**  
Ferramenta & Casalinghi

MACHIERALDO GUSTAVO S.P.A.  
Cavaglià (BI) - Piemonte  
+39 0161 96044  
[machieraldo@machieraldo.it](mailto:machieraldo@machieraldo.it)  
[www.machieraldo.it](http://www.machieraldo.it)



**Vianello spa**

RAG. ERNESTO VIANELLO S.P.A.  
San Giovanni Teatino (CH) - Abruzzo  
+39 085 4461133  
[vianello@vianello.org](mailto:vianello@vianello.org)  
[www.vianello.info](http://www.vianello.info)

# UNO PER TUTTI TUTTI PER UNO!



Elettrotensili a batteria Vigor®. Scopri la gamma completa

# Professionisti per passione: nozze d'argento

**FTS è sinonimo di evoluzione continua e di autentico Made in Italy. La tecnologia, l'elevato know-how e la diversificazione fanno parte del DNA dell'azienda di Antonio Frustagli.**

In un mondo dove tutto si ottiene con un semplice click è difficile immaginare che si possa creare, produrre e realizzare delle novità. Questo concetto diviene pura utopia se dovessimo considerare l'Italia di oggi come una nazione propensa all'innovazione nella tutela delle proprie competenze autoctone. Nonostante ciò c'è un'azienda che continua a perseverare in queste posizioni, producendo nel Belpaese, creando nuovi articoli, migliorando ed estremizzando le qualità delle proposte da ben **25 anni: FTS di Frustagli Antonio.**

Azienda specializzata nella trasformazione di materie plastiche mediante processi di estrusione e di stampaggio a iniezione, dispone di una gamma di articoli rigorosamente **Made in Italy**. Le competenze acquisite e la grande passione del titolare Antonio Frustagli permettono un "circuitto chiuso", dove le singole referenze vengono ideate, prodotte e industrializzate in senso univoco, divenendo loro stesse vettore di autenticità.

Nei due fronti produttivi si realizzano articoli correlati e simbiotici, ideali per un impiego a largo spettro applicativo, spaziando dall'agricoltura al giardinaggio, dal casalingo al professionale. La semplicità di utilizzo, la funzionalità e l'elevata qualità di ogni singola referenza sono le vere



peculiarità di FTS. Nei vari reparti è possibile constatare l'elevatissimo know-how e l'organizzazione, con l'impiego di automazioni dedicate di altissimo livello. Lo stesso titolare Antonio Frustagli spiega che: "Il concetto di **'industrializzazione produttiva'** cela controlli serrati e continui, tali da poter offrire sempre il massimo della qualità allo stato dell'arte. Attraverso la semplice equazione 'pochi articoli per molteplici utilizzi' si giustificano gli enormi investimenti che bisogna sostenere per produrre con metodo ogni singola referenza". Ultimo traguardo raggiunto è il **T-CLICK** (Mod. Dep. e brevettato), un tirante istantaneo fisso di nuova concezione che si aggiunge alla nutrita offerta di accessori come il morsetto **Block-fix**, il Tira-Tira riutilizzabile. Nel reparto estrusione dell'azienda, inoltre, è possibile osservare le caratteristiche dell'indistruttibile **CIN-FIX**, un cintino in pvc ad elevatissime prestazioni, del nuovo **MULTITEX** un filo universale plastificato totalmente riciclabile, nonché l'interconnessione tra le varie produzioni e i relativi accessori.



NON LASCIARE  
NULLA AL CASO,  
AFFIDATI A

**EMA**  
D I S T R I B U T I O N



## Una **partnership** che guarda al futuro

**L'accordo tra EMA Distribution e Machieraldo porterà nelle ferramenta una gamma di accessori per smartphone di alta qualità.**

**A** seguito di un mercato dell'accessorio per smartphone che presenta numeri importanti come 14 Milioni di Smartphone e 25 Milioni di accessori venduti all'anno in Italia (dato anno mobile 21/22), la ferramenta richiede sempre maggiore specializzazione, ed impone degli **standard qualitativi sempre maggiori per soddisfare i clienti** che utilizzano gli smartphone oramai come il primo mezzo multimediale per tutte le situazioni in cui quotidianamente si trovano. Basti pensare a foto, video, audio, TV, Radio, guida GPS, previsioni del tempo, Internet, messaggi multimediali, infinite APP per gestire ogni utilità. **L'azienda Machieraldo, uno dei più importanti distributori di prodotti e soluzioni per casalinghi, ferramenta e sicurezza di tutto il Nord Italia**, ha deciso di presentarsi al mercato con una soluzione qualitativa con forte rapporto qualità prezzo. Per farlo ha **contattato Ema Distribution, azienda Italiana specializzata nell'accessorio per smartphones**, con 30 anni di esperienza nel settore, presente in diversi mercati Europei. A metà del 2022 hanno siglato un accordo di collaborazione sul

brand di accessori di qualità Premium, il brand "Tiemme".

**Il brand storico di EMA Distribution "Tiemme",**

**rappresenta da sempre il prodotto Top,** caratterizzato da un forte rapporto qualità prezzo;



ed ha avuto un'evoluzione importante negli ultimi 3 anni, in particolare riguardo all'aggiornamento tecnologico, all'aggiornamento del packaging, ad una comunicazione più comprensibile ed efficace per il cliente finale, con le informazioni tecniche riassunte in pittogrammi, foto, e testi sintetici e con l'implementazione delle 24 lingue più parlate nel mondo. Gli accessori "TIEMME" si distinguono anche per il loro packaging raffinato e accattivante, ed i diversi colori fungono da "guida all'acquisto". L'accordo tra Machieraldo ed EMA Distribution ha sancito l'inizio di una collaborazione che si basa sulla scelta coraggiosa ed ambiziosa di Machieraldo che ha voluto un accessorio di alta qualità per dare una risposta competente e qualitativa a tutta la filiera di un canale che ha sempre trattato un prodotto entry-level. Lo ha fatto per aiutare i negozianti ad alzare il livello qualitativo e per riportare nelle ferramenta il cliente che esige qualità, anche quando acquista il necessario per il proprio smartphone.



Questa collaborazione ha generato tre soluzioni espositive, di cui due "compatte" appositamente create per le ferramenta:

## AUDIO COLLECTION

DISPLAY 8 GANCI

Il display da banco girevole da 8 ganCI, con gli accessori "Audio" (che oggi hanno un'incidenza del 50% sul fatturato totale del comparto).



## SMARTPHONE

ACCESSORIES

DISPLAY 8 GANCI

Il display da banco girevole da 8 ganCI, con gli accessori "Tecnici" necessari e fondamentali per avere sempre il telefono carico in auto, in casa ed in ufficio e per trasferire i dati, ma anche per trasportare lo smartphone in auto in maniera sicura e confortevole.



Di noi ti puoi fidare  
**Machieraldo**  
Ferramenta & Casalinghi



Una soluzione adattabile ad 1 metro lineare all'interno del negozio che permette di rispondere ai bisogni dei clienti più esigenti, anche per quanto riguarda la carica Wireless, la carica veloce con la tecnologia Power Delivery, le soluzioni Audio wireless con maggiore autonomia ed i cavi ad alta resistenza.



EMA DISTRIBUTION SRL  
Via Pola, 25, 20833 Giussano - ( MB )  
[info@emadistributionsrl.it](mailto:info@emadistributionsrl.it) - [www.emadistributionsrl.it](http://www.emadistributionsrl.it)



# **EXCEL**

## **ECCELLERE**

### **È UNA SCELTA**



#### **GIARDINAGGIO, FAI DA TE E MOLTO ALTRO**

Un'ampia gamma per soddisfare tutte le esigenze: in casa, in garage o in giardino, per privati o professionisti. EXCEL, grandi prestazioni, innumerevoli applicazioni.

# **EXCEL**

Scopri di più su [www.c-d-f.net/excel](http://www.c-d-f.net/excel)

**CDF**  
CONSORZIO  
DISTRIBUTORI  
FERRAMENTA

[www.c-d-f.net](http://www.c-d-f.net)

**GIOVANNI  
FERRARI**

GIOVANNI FERRARI S.R.L.  
Pomezia (RM) - Lazio  
+39 06 91609901  
[vendite.ferrari@ferramenta.it](mailto:vendite.ferrari@ferramenta.it)  
[www.ferraridistribuzione.eu](http://www.ferraridistribuzione.eu)

**Machieraldo**  
Ferramenta & Casalinghi

MACHIERALDO GUSTAVO S.P.A.  
Cavaglià (BI) - Piemonte  
+39 0161 96044  
[machieraldo@machieraldo.it](mailto:machieraldo@machieraldo.it)  
[www.machieraldo.it](http://www.machieraldo.it)



**Vianello spa**

RAG. ERNESTO VIANELLO S.P.A.  
San Giovanni Teatino (CH) - Abruzzo  
+39 085 4461133  
[vianello@vianello.org](mailto:vianello@vianello.org)  
[www.vianello.info](http://www.vianello.info)

# NPT: sempre un passo avanti

Non si arresta l'attività di Ricerca e Sviluppo di NPT, che propone ai grossisti e alle ferramenta referenze di qualità, molto performanti e che strizzano l'occhio al green.



**S**in dalle origini, NPT ha fondato i propri valori sulla ricerca chimica finalizzata alla realizzazione di prodotti innovativi dalle elevate qualità e performance, con particolare attenzione all'ecosostenibilità, mantenendo come obiettivo la capacità di dare valore aggiunto ai propri partner e clienti. NPT è conosciuta sul mercato delle rivendite con il marchio **Sigill**, grazie agli ottimi risultati di notorietà, rilevanza e fatturato, giunto a 23.000.000 di euro, di cui 11.000.000 solamente nel mercato della ferramenta. Tra i prodotti all'interno del vasto assortimento, ne vanno segnalati tre di altissima rotazione che, sono richiesti sempre più dai grossisti di settore: **Ultra Grip Montaggio Rapido**, **Aqua Kill** e **Silcoflex Evolution**.

**Ultra Grip Montaggio Rapido** è una colla di montaggio, utilizzata per sostituire chiodi e tasselli, con un'eccezionale tenuta di 320kg/10cm<sup>2</sup>, applicabile su diversi materiali come: legno, intonaco, mattoni, pietre, vetro, piastrelle, metalli, superfici verniciate, polistirolo e plastiche (no PP, PE, PTFE).

**Aqua Kill** è un ottimo prodotto insetticida che ha la caratteristica principale di non essere nocivo per l'ambiente, per le persone e per gli animali ma è efficace

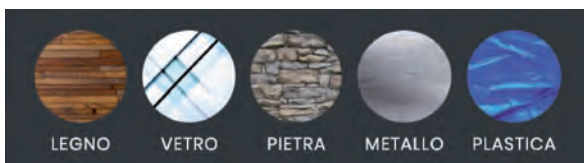


**SIGILL**  
DAI FORMA ALLE IDEE

per gli infestanti a sangue freddo, grazie alla tecnica della macroemulsione acquosa con un efficace biocida. Può essere utilizzato su diverse superfici sia all'interno che all'esterno.

**Silcoflex Evolution**, invece, è un sigillante monocomponente di ultima generazione a base ibrida caratterizzato dalla tecnologia SIMP Tech Polymer e dedicato al settore edilizia. Privo di solventi e isocianati, può essere applicato su

diversi tipi di materiali. Elastico, UV resistente, ideale per gronde, non macchia i marmi, non corrode gli specchi ed è sovraverniciabile.



# LTF... UN'ATTRAZIONE MAGNETICA



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







# Il piacere della lettura

**Si allarga il ventaglio di proposte firmate Zippo Italia: occhiali da lettura e da sole, rigorosamente di qualità, che strizzano l'occhio al design e alla moda.**

**P**er godersi appieno una piacevole lettura sono necessari pochi elementi: una comoda poltrona, una calda tazza di tè e un buon libro.

Se tuttavia, le braccia sembrano "troppo corte" per distanziare correttamente il testo dagli occhi, se si sente il bisogno di maggiore luminosità, o se addirittura, si accusa mal di testa durante la lettura, allora si potrebbe avere necessità della cosa più importante... gli occhiali da lettura! Con l'avanzare dell'età, la capacità di mettere a fuoco nitidamente diminuisce e le lettere, si riconoscono con sempre maggior difficoltà; in genere i primi problemi si presentano tra i 40 e i 45 anni.

Questo deficit visivo, correlato all'età e del tutto naturale, è definito **presbiopia semplice** e rende la lettura senza occhiali prima difficoltosa e poi impossibile. **Zippo Italia** è leader di mercato nella



produzione e distribuzione di occhiali da lettura, diventati nel corso degli anni un vero fenomeno di mercato, anche nel canale della ferramenta e del DIY. **La creatività del design, unita alla qualità dei materiali, la cura dei dettagli ed il marchio "legendario", hanno contribuito a conseguire un grande successo.**

La nuova proposta 2023 di occhiali da lettura si arricchisce di **numerosi modelli**, tutti caratterizzati da un forte appeal, differenti colori ed esclusive finiture che si abbinano perfettamente a qualunque stile. Degna di nota poi, è anche la **nuova linea di occhiali da sole** sempre al passo con le ultime mode e tendenze del mercato. Zippo Italia prosegue dunque sulla via della crescita grazie a un'offerta sempre più ampia e variegata, consolidando la posizione ai vertici del mercato e contribuendo alla diffusione di un vero e proprio "stile Zippo".



**iFerr** magazine  
online.com

Partner ufficiale di  
www.ersi.it



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

Costo Abbonamento **46,00 euro**

In alternativa collegati a [www.iferronline.com](http://www.iferronline.com)  
e inoltre la richiesta per ricevere la rivista in omaggio  
dal tuo grossista

**Direzione Amministrativa**

Piazza Ercolea 11  
20122 Milano

**Sedi:**

**Sondrio**

Piazza Castello, 4  
23022 Chiavenna (SO)

**Milano**

Piazza Ercolea, 11  
20122 Milano  
Tel: 02 72 08 00 52  
e-mail: [info@iferr.com](mailto:info@iferr.com)  
web: [www.iferronline.com](http://www.iferronline.com)

**Direttore Responsabile**

Roberto Galimberti

**Direttore Editoriale**

Sebastian Galimberti

**Coordinamento Editoriale**

Claudia Reali  
[redazione@iferr.com](mailto:redazione@iferr.com)

**AD e Grafica**

Massimo D'Onofrio  
[info@grafichouse.org](mailto:info@grafichouse.org)

**Segreteria di Redazione**

Elisa Buzzi  
[promozioni@iferr.com](mailto:promozioni@iferr.com)

**Ufficio Commerciale**

Francesco Fragomeni  
[francesco.fragomeni@iferr.com](mailto:francesco.fragomeni@iferr.com)  
Jacopo Fugazza  
[jacopo.fugazza@iferr.com](mailto:jacopo.fugazza@iferr.com)

**Ufficio Amministrazione**

Michela Contartese  
[mamu.amministrazione@gmail.com](mailto: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**

Laura Bonacina, Marta Colletto, Tiziana Corti, Marta Sala,  
Walter Silvano, Sabrina Venturato

MEDIA PARTNER  
**iFerr** magazine  
SPECIALE  
PANEL DISTRIBUTORI  
2023  
.COM N. 101 Anno 2023

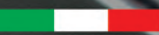


**iFerr** magazine  
online.com

**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 **segreteria@iferr.com**

**Abbonati** e colleziona  
i 10 numeri di iFerr

 MADE IN ITALY



**ANI**  
PASSIONE STRAORDINARIA

**ANI SPA OFFRE UNA GAMMA COMPLETA DI RACCORDI RAPIDI UNIVERSALI,** DAI MODELLI STANDARD IN ACCIAIO O OTTONE, FINO A QUELLI CON SICUREZZA E REGOLAZIONE DI PORTATA D'ARIA, ADATTI A COLLEGARE QUALSIASI UTENSILE PNEUMATICO.





# SMALTO ACRILICO PROFESSIONALE ACRYLIC PAINT

Il colore nelle tue mani.

[www.hqs-colors.com](http://www.hqs-colors.com)

produced by

**colorpack**