

FERRA & CASA MENTA & LINGHI

IL MAGAZINE DEL BRICOLAGE ITALIANO
BRICO HOME & GARDEN

€ 1,55

GRUPPO EDITORIALE
COLLINS SRL

604

ANNO LVII
GIUGNO/LUGLIO 2022



**IL TERRICCIO È
LA NOSTRA VITA,
IL NOSTRO LAVORO,
LA NOSTRA MISSIONE.**



Le novità che cerchi
per la tua casa e il tuo giardino
le trovi su: www.euroterriflora.it



BUYER POINT

Un successo sempre più
internazionale

INTERVISTE

Alberto CANCEMI
LEROY MERLIN ITALIA

Laura STRADA
GFK

Valeria SANTORO
STOCARD

Massimiliano CANESE
CANESE DANTE

RETAIL

- > Brico io di La Spezia e Grottammare
- > Brico OK di Altopascio, Romano di Lombardia e Viareggio
- > Bricolarge di Formia

EVENTI

- > Vileda: visita allo stabilimento produttivo

ANALISI

- > Barbecue
- > Pet
- > Legno-arredo
- > Sicurezza per la casa



MONDO PRATICO.it
BRICO HOME GARDEN



Sorridi
Di noi ti puoi fidare

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

Machieraldo

Ferramenta & Casalinghi

SEDE:

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

TAKE&CARRY:

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

www.machieraldo.it

Bullock®

L'additivo con una marcia in più ti regala un ingresso al cinema.



DAVIDE VALSECCHI
Pilota e commentatore tv.



**PREMIO
CERTO**

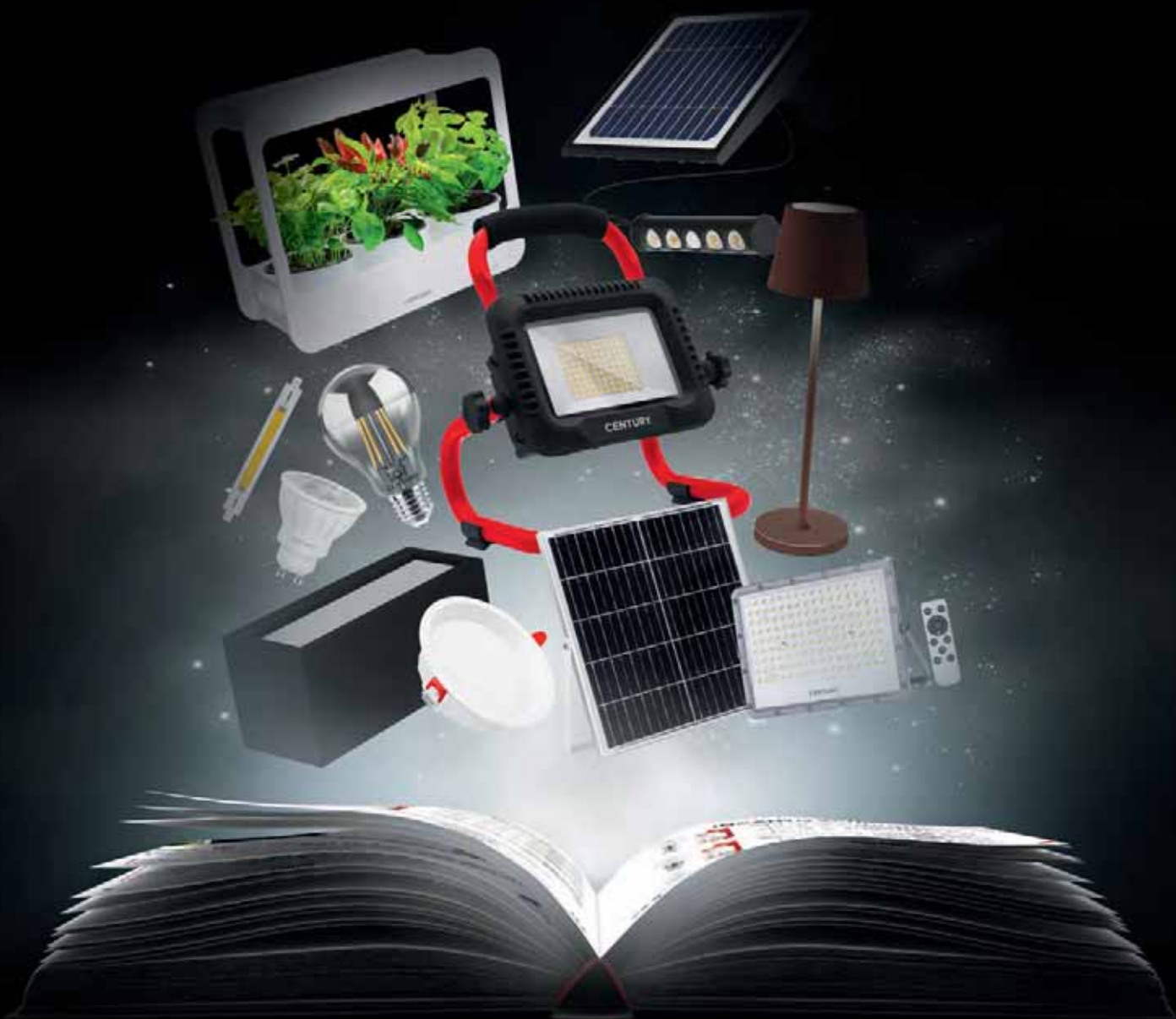
CIAM, MOTORE, PROMOZIONE!

Con l'acquisto di un additivo Bullock® per te un ingresso omaggio
al cinema. Scopri di più sul sito bullockchespettacolo.it



SCAN ME

Il regalo certo consiste in un Buono Cinema Stardust® Pass, valido per un ingresso omaggio al cinema di una persona, per la visione di qualsiasi film in 2D (escluse le proiezioni in 3D, le proiezioni nelle sale speciali e le sale/posti vip) dal lunedì alla domenica nelle sale dei cinema della rete Stardust® convenzionate in Italia.



Non restare all'oscuro.

Accendi le tue idee con il nuovo catalistino 2022-2023.
Oltre 250 nuovi prodotti. Infinite soluzioni in 392 pagine.



century-italia.com

Scaricalo ora

> REGISTRATI ALLA NEWSLETTER SETTIMANALE SU



> COVER STORY

Buyer Point: un successo sempre più internazionale!

12

> BREAKING NEWS

- Sergio Girolodi lascia la guida di OBI a Sebastian Gundel **9**
- Il Gruppo Gieffe in visita presso la sede di fischer Italia
- Zippo lancia il nuovo sito B2B
- Bricolife lancia il cashback del fai da te
- ManoMano: Marco Sacco Stevanella nuovo Country Manager Italia
- Materiale elettrico: numeri in crescita per Sonepar e Gruppo Sacchi
- Global DIY Summit, presente anche Assofermet Ferramenta

> INTERVISTE

Alberto Cancemi – LEROY MERLIN
Leroy Merlin, sempre più azienda piattaforma **18**

Laura Strada – GfK
L'evoluzione del mercato DIY, secondo GfK **20**

Valeria Santoro – STOCARD
Stocard: le carte fedeltà nel brico-home-garden **24**

Massimiliano Canese – CANESE DANTE
Canese Expo Forum mette il cliente al centro di tutto **26**

> RETAIL

Brico io di La Spezia – Grottammare (AP) **28**
Tre nuove aperture per Brico OK
Bricolarge di Formia (LT)

> EVENTI

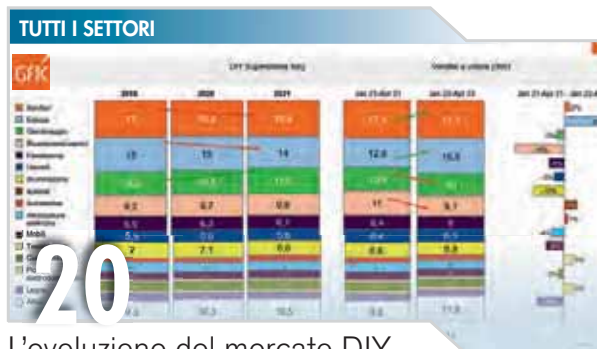
YED: il mondo del serramento si è riunito a Vicenza **34**
In Vileda, qualità nel rispetto dell'ambiente **36**



Buyer Point: un successo sempre più internazionale!



Leroy Merlin Italia: intervista ad Alberto Cancemi



L'evoluzione del mercato DIY, secondo GfK



Stocard: le carte fedeltà nel brico-home-garden



42

Sicurezza dentro e fuori casa



50

Gli italiani riscoprono l'outdoor e i bbq



80

Telwin: più performance, meno consumi



82

Orphea, l'alleato contro gli insetti

ANALISI <

42
50
54
56

Sicurezza dentro e fuori casa
Gli italiani riscoprono l'outdoor e i bbq
Ancora in crescita il mercato del pet in Italia
Legno-arredo: i numeri del comparto

GRANDANGOLO <

64

- Vileda premia con "Per una pausa più sostenibile"
 - Nuovo catalogo Best Friend
 - Century Italia: nuovo catalogo e nuovo responsabile canale ferramenta
- Catalogo aspirapolvere Starmix 2022/2023
 - Brico io partner della Lega Pro
- "Con Gimi scatta l'estate!" e vinci una fotocamera
- Ripartenza a tutta forza per spoga+gafa 2022
 - Inaugurato il Museo di Pennelli Cinghiale
 - Nuovo Catalogo ABC Tools 56
- Mercato climatizzazione: il 2022 inizia bene
- Giovanni Marsili nuovo presidente Assovernici
 - Aumentano gli investimenti nelle costruzioni. A Saie per fare il punto
- Accordo di partnership tra uvex safety e Mips
 - Hoffmann Group lancia il Product Finder
 - Tecnologie per il legno: buon inizio 2022
 - Nuovo appuntamento per Homi
 - 42ma edizione per MCE
- Progetto Fuoco: stesso gradimento del 2020
- Grande soddisfazione per Autopromotec 2022

ANNUNCI <

76

Cerco e Offro

ZOOM <

78
80
82

Voglia d'estate su eBay
Telwin: più performance, meno consumi
Orphea, l'alleato contro gli insetti

FOCUS <

84

INNOVAZIONE <

96

NERI

FREE YOURSELF



NUOVO CATALOGO 2022

www.nerispa.com

Inserzionisti

ACTIVA	GIEFFE	ROSI
AMBROVIT	GROOVY	SIPA
BAMA	HELVI	SODIFER
BRICOLIFE	INDUSTRIAL STARTER	SPARCO
CENTURY ITALIA	LAMPA	TAVOLA
CFG	MACHIERALDO	TECFI
COFRA	MALFATTI&TACCHINI	VEBEX
EBAY	MISTRAL	VIGLIETTA GUIDO
ERREBI	NERI	ZIPPO
EUROTERRIFLORA	NETTUNO	
F.LLI BASSOLI	PALLETWAYS	
F.LLI VITALE	REIT	



> REGISTRATI
ALLA NEWSLETTER
SETTIMANALE SU

MONDOPRATICO.IT
BRICO HOME GARDEN



Seguici su LinkedIn!



Guarda lo sfogliabile su
www.mondopratico.it

Informativa ex D. Lgs. 196/03 – Collins Srl titolare del trattamento tratta i dati personali liberamente conferiti per fornire i servizi indicati (n.d.r. gli abbonamenti). Per i diritti di cui all'art. 7 del D. Lgs. n.196/03 e per l'elenco di tutti i responsabili del trattamento previsto rivolgersi al responsabile del trattamento, che è l'amministratore. I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società del Gruppo per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per la spedizione della rivista e per l'invio di materiale promozionale. Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati ad uso redazionale è il direttore responsabile cui, presso l'ufficio abbonamenti Collins - Via Giovanni Pezzotti 4 - 20141 Milano, tel. 028372897, fax 0258103891, ci si può rivolgere per i diritti previsti dal D. Lgs. 196/03.



Collins s.r.l.
Via G. Pezzotti, 4
20141 Milano

Email: collins@netcollins.com
www.netcollins.com

Direttore Responsabile:
David Giardino

Direzione Commerciale:
David Giardino
direzionecommerciale@netcollins.com

In redazione:
**Marco Ugliano, Anna Tonet, Carlo Sangalli,
Martina Speciani.**

Per contattare la redazione:
ferramenta@netcollins.com
fax 02/8373458

Traffico impianti:
Sonia Bardini
pubblicita@netcollins.com

Collaboratori:
Paolo Milani

Concessionaria esclusiva per la pubblicità:
Collins Srl
Via G. Pezzotti, 4-20141 Milano
tel. 02/8372897 - 8375628 - fax 02/58103891
collins@netcollins.com - www.netcollins.com

Ufficio Commerciale:
Elena De Franceschi, Marialuisa Cera, Valentina Compagnoni.
marketing@netcollins.com
tel. 02/8372897 - fax 02/58103891

Ufficio Abbonamenti: abbonamenti@netcollins.com

Costo copia: z 1,55
Abbonamento triennale Italia
+ contributo spese postali: z 45,00
Abb. annuale Paesi Europei UE: z 130,00
Abb. annuale Paesi Extraeuropei: z 170,00

Grafica e Impaginazione:
Laserprint S.r.l. - Milano
Fotolito: Laserprint S.r.l. - Milano
Stampa: Centro Poligrafico Milano S.p.A.



CONFINDUSTRIA
Aderente al Sistema confindustriale



Associato all'USPI
Unione Stampa
Periodica Italiana

Aut. Tribunale di Milano n. 58 del 1/3/1965 - Iscrizione Roc n. 7709

Testata volontariamente sottoposta a certificazione
di tiratura e diffusione in conformità
al Regolamento CSST Certificazione
Editoria Specializzata e Tecnica



Per il periodo 01/01/2021 - 31/12/2021

Periodicità: **bimestrale**

Tiratura media: **9.013 copie**

Diffusione media: **8.926 copie**

Certificato CSST n° **2021-5586 del 24/02/2022**

Società di revisione: BDO ITALIA

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIALE
L'EDITORIA SPECIALLIZZATA

Associazione Nazionale Editoria Specializzata

Rivista membro di



Il contenuto delle interviste rilasciate alla redazione di "Ferramenta & Casalinghi" è da ritenersi sempre espressione dei pareri propri delle persone interpellate. Tutti i testi ivi contenuti, sono riproducibili previa autorizzazione scritta da parte dell'editore e citando la fonte.



PHM255C
MOTOSEGA A SCOPPIO
PER POTATURA
BARRA CARVING



PHM255
MOTOSEGA A SCOPPIO
PER POTATURA



PHT25
TAGLIASIEPI A SCOPPIO



PH033
DECESPUGLIATORE
A SCOPPIO 4 IN 1



PHD43
DECESPUGLIATORE
A SCOPPIO 2 IN 1



**GARDEN
LINE**



Mistral S.p.A

S.R. 307del Santo, 110 - 35010 Cadoneghe (PD)

tel. 049.8873838 fax 049.8873796

vendite@mistraltools.it - www.mistraltools.it

THERMACELL®

CONTRO LE ZANZARE

PER USO ESTERNO

PROTEZIONE
TOTALE

21m²



Riscopri il
piacere di stare
all'aperto



ACTIVA

Sergio Giroldi lascia la guida di OBI a Sebastian Gundel



Dopo 20 anni dalla nomina di amministratore delegato del **Gruppo OBI**, **Sergio Giroldi** ha annunciato che a settembre lascerà l'azienda tedesca e passerà il testimone a **Sebastian Gundel**.

Sergio Giroldi (67 anni) ha annunciato la sua decisione di ritirarsi dalla carica di amministratore delegato del Gruppo OBI a partire dal 22 settembre 2022. Giroldi è amministratore delegato dal 2003, dopo essere entrato in OBI nel 1999 come country manager della filiale italiana. Nel 2002 è entrato a far parte del team degli amministratori esecutivi del Gruppo OBI e, negli ultimi due anni, ha guidato in modo proattivo il suo piano di successione per garantire una transizione graduale.

Gundel lavora in OBI da dieci anni e, più recentemente, ha guidato la trasformazione digitale dell'azienda in qualità di **chief customer e digital officer**.

"È stato un onore e una grande gioia guidare OBI negli ultimi 20 anni, contando sempre sul supporto e sull'impegno di tutti i nostri azionisti e delle persone di OBI con cui ho condiviso una vera passione per la nostra attività, il successo della nostra azienda e il nostro senso di responsabilità sociale", ha detto **Sergio Giroldi**.

> www.obi.de

Il Gruppo Gieffe in visita presso la sede di fischer Italia

I soci del **Gruppo Gieffe**, in occasione della riunione del 26 maggio scorso, hanno visitato gli stabilimenti produttivi di Padova di **fisher Italia**, uno dei principali fornitori del gruppo di grossisti di ferramenta con maggiore storicità nel nostro Paese.

Il tour, condotto dai responsabili delle varie aree, ha permesso ai soci Gieffe (presenti quindici delegati, in rappresentanza dei

nove soci) di visitare le aree di produzione e logistica. Nel corso della giornata sono stati visitati anche il laboratorio prove e l'ufficio di Ricerca & Sviluppo; inoltre, i soci Gieffe hanno avuto la possibilità di mettersi alla prova nella struttura formativa dell'Academy, testando gli ultimi prodotti lanciati dal gruppo tedesco, ovvero il tassello prolungato DuoXpand e la resina chimica FIS V ZERO. Una giornata di formazione che ha soddisfatto le aspettative di tutti i partecipanti, utile per consolidare la partnership tra due protagonisti del mercato della ferramenta in Italia.



> www.gruppegieffe.com > www.fischeritalia.it



Marco
UGLIANO

marco.ugliano@netcollins.com

editoriale

Innovarsi e rinnovarsi

"L'italiano si sa innovare, sa scegliere in che direzione andare e sa cambiare traiettoria all'occorrenza.

Il segreto è questo: è la ricchezza del nostro Paese, che lo rende unico al mondo, fatto di attori forti e capaci di cogliere le evoluzioni del mercato e saperle intercettare. Dal piccolo negoziante, al grossista, al retailer con una rete di punti vendita, tutti gli attori del nostro comparto sanno reinventarsi in caso di necessità". Le parole di

Alberto Cancemi, nuovo direttore generale di Leroy Merlin Italia (che abbiamo intervistato su questo numero di Ferramenta&Casalinghi), in merito al futuro della distribuzione DIY italiana, non lasciano spazio a interpretazioni: la capacità di innovarsi e rinnovarsi è oggi, e rappresenterà in futuro, il segreto del mercato.

Oggi, del resto, **il mercato è in continua evoluzione**. Sono tanti gli esempi di format che si reinventano, di attori specializzati in un comparto che testano spazi mai esplorati, di distributori che si lanciano in nuovi servizi per intercettare nuovi clienti e nuove esigenze. In tal senso, il tradizionale (e quindi grossisti e negozi al dettaglio di ferramenta) e la grande distribuzione specializzata continueranno a coesistere, con sempre maggiori intersezioni e "invasioni di campo". Con un unico obiettivo comune, la soddisfazione del cliente.

Zippo lancia il nuovo sito B2B

Il nuovo sito B2B di Zippo si rivolge ai possessori di partita IVA, sia dettaglianti che grossisti. Grazie a questa piattaforma, semplice e intuitiva, ciascun cliente potrà effettuare il proprio ordine in piena autonomia, 24 ore su 24, sette giorni su sette.

Al suo interno si potranno acquistare centinaia di modelli di occhiali da lettura, da sole, per la guida e da computer, oltre a numerose offerte promozionali e tanto altro ancora.



> www.zippobusiness.it

Bricolife lancia il cashback del fai da te

Bricolife, Consorzio degli Indipendenti del Fai da Te, ha dato il via alla nuova raccolta punti denominata **“Cashback del Fai da te”**. Un’iniziativa partita il 1° aprile 2022 che si concluderà il 28 febbraio 2023, nata con l’obiettivo di incentivare la fidelizzazione del cliente verso le insegne del Consorzio Bricolife e dare un importante boost alle vendite dei Consorziati.

I clienti che, nel periodo indicato, utilizzeranno per i loro acquisti la Fidelity Card in uso presso le singole insegne aderenti all’iniziativa avranno la possibilità di accumulare punti sulla propria tessera fino al 28/02/2023, ricevere dei Buoni Spesa spendibili dal giorno successivo o dalla spesa successiva (a seconda delle condizioni della singola insegna) rispetto alla data di cessazione della raccolta punti e utilizzarli fino al 31/03/2023.

L’iniziativa promozionale è interamente organizzata dal Consorzio Bricolife a titolo gratuito ed è rivolta a tutte le insegne appartenenti al Consorzio, le quali possono decidere in maniera completamente autonoma se dare la propria adesione.

Mediante l’iniziativa “Cashback del Fai da Te”, Bricolife propone ai propri Consorziati un’occasione unica per incrementare la fidelizzazione del cliente verso il proprio punto vendita e, di conseguenza, sostiene in maniera attiva e proattiva i Consorziati nel favorire un sostanziale aumento delle vendite. Con l’arrivo della stagione estiva, inoltre, l’attività promozionale ha il chiaro intento di affiancarsi ad un naturale accrescimento delle richieste e degli acquisti rivolti verso il settore del fai da te e dell’hobbistica, sostenendo

in maniera concreta gli acquisti dei clienti attraverso la proposta di un “riconoscimento” a fronte di un acquisto e, di conseguenza, incentivandone il ritorno nei punti vendita delle insegne aderenti all’iniziativa del Consorzio Bricolife.



> www.bricolife.it

ManoMano: Marco Sacco Stevanella nuovo Country Manager Italia

ManoMano - e-commerce leader europeo del fai da te, giardinaggio e arredo casa - annuncia la nomina di **Marco Sacco Stevanella come Country Manager Italia**: un importante ingresso che sottolinea quanto il mercato italiano sia strategico per l’azienda.

La mission di Marco Sacco Stevanella in veste di Country Manager sarà quella di contribuire allo **sviluppo strategico e alla crescita di ManoMano in Italia** attraverso un’esperienza d’acquisto che tenga in considerazione le specificità del mercato italiano e dei trend che si stanno sviluppando. Il tutto per posizionare ManoMano come punto di riferimento per i consumatori italiani. Marco Sacco Stevanella ha conseguito un Master in Management presso la Business School ESCP di Parigi. Ha iniziato la sua carriera come business analyst per il mercato italiano da Sarenza (Parigi) dove ha potuto ricoprire il ruolo di Country Manager Italia ad interim. Ha proseguito la sua carriera in adidas, ad Amsterdam, lavorando per il mercato europeo nel dipartimento e-commerce, con il ruolo di Traffic Analyst e successivamente di Business Analytics Manager. Prima di raggiungere ManoMano ha lavorato in Zalando per 3 anni ricoprendo il ruolo di Lead Commercial Planning & Trading per il mercato europeo. *“Sono molto orgoglioso di unirmi all’avventura di ManoMano e di poter contribuire alle nuove tappe della sua crescita in Italia promuovendo la cultura del fai da te. In ManoMano si respira un ambiente giovane, internazionale, stimolante e in continuo cambiamento e questo ci consentirà di costruire insieme una success story per il mercato italiano e per tutti gli stakeholders”* ha commentato Marco Sacco Stevanella.

> www.manomano.it

Global DIY Summit, presente anche Assofermet Ferramenta

Si è svolta a **Copenaghen**, dal **8 al 10 giugno** scorsi, l'**8° edizione del Global Diy Summit** dal titolo "**New Normal**", il principale evento mondiale per rivenditori e produttori del settore del bricolage e dei garden center. Il DIY, organizzato da **EDRA, HIMA e GHIN**, offre un'opportunità per uno scambio di opinioni sugli sviluppi attuali e futuri all'interno del mercato globale.

La due giorni è iniziata con l'intervento del Presidente di EDRA Sergio Girolodi, che ha sottolineato "il cambiamento è fondamentale per rimanere nelle priorità e negli interessi dei consumatori".

Al congresso hanno partecipato circa 900 delegati provenienti da 55 Paesi, tra cui oltre 280 retailer. In rappresentanza di ASSOFERMET erano presenti la Presidente di ASSOFERMET FERRAMENTA Sabrina Canese e la Delegata del Comitato Tecnico Francesca Ferrari.

"Negli ultimi tempi è cambiato il comportamento di acquisto del consumatore" commenta Assofermet in una nota ufficiale *"e si assiste a un passaggio del "fai da te" al "fai per me" che per il nostro mercato, potrebbe essere una buona notizia, soprattutto per le ferramenta rivolte al mondo professionale. Ciò che è emerso dalle due giornate di Summit è proprio la necessità di abbracciare il cambiamento preparati e fiduciosi"*.

Sul prossimo numero di Ferramenta&Casalinghi troverete un report approfondito sull'evento.



Nella foto, da sinistra: Sabrina Canese, John Herbert e Francesca Ferrari.

> www.diysummit.org > www.assofermet.it

Materiale elettrico: numeri in crescita per Sonepar e Gruppo Sacchi

I numeri di **Sonepar Italia** e del **Gruppo Sacchi**, nel **primo semestre 2022**, sono importanti e fanno balzare l'Italia come uno dei migliori Paesi per performance in Europa tra le aziende del Gruppo Sonepar. **247 punti vendita, 3500 collaboratori, 8 centri di distribuzione, centinaia di migliaia di prodotti** disponibili all'acquisto nelle piattaforme e-commerce, il **fatturato complessivo delle due aziende** arriva, a **maggio 2022**, a **975 milioni di euro**, registrando un **+46%** sullo stesso periodo del 2021: questi i dati emersi a "**Passion for Performance**", **evento dedicato ai fornitori e collaboratori**, giunto alla sua quarta edizione, e quest'anno organizzato nel nuovo centro congressi di Padova. Circa 300 persone, rappresentanti di 130 aziende partner, hanno ascoltato gli interventi sul palco di **Patrick Salvadori, Presidente Sonepar per l'Europa Occidentale e Sud America**, dei due **AD, Sergio Novello di Sonepar Italia e Marco Brunetti del Gruppo Sacchi** e dei Direttori Marketing, Acquisti e Relazione Fornitori, Supply Chain rispettivamente di Sonepar Italia e del Gruppo Sacchi.

"Siamo molto soddisfatti di come l'anno stia procedendo – dichiarano Sergio Novello, AD e Presidente di Sonepar Italia e Marco Brunetti, AD e Presidente Gruppo Sacchi – le ottime performance di questi primi 5 mesi sono conseguenza di una strategia di sviluppo commerciale molto chiara basata su 3 assi fondamentali: la crescita omogenea sul territorio, le specializzazioni e lo sviluppo delle vendite online, il tutto supportato da un'infrastruttura di eccellenza - supply chain/IT/digital. Naturalmente anche le dinamiche molto positive indotte dal superbonus edilizio e il fenomeno inflattivo di questi tempi, hanno influenzato i nostri risultati".

Tema centrale dell'evento, la **digital transformation** che il Gruppo Sonepar in Italia sta affrontando e che porterà a un **approccio alla vendita realmente omnichannel**, costituito cioè da nuovo ecosistema digitale, unico nel settore, e da una fitta rete di punti vendita sul territorio. Grandi trasformazioni per anticipare importanti cambiamenti del mercato: dalle nuove e diverse aspettative dei clienti, all'evoluzione tecnologica dei prodotti che diventano sempre più complessi e da uno scenario competitivo che cambia velocemente e che propone nuovi modelli distributivi, (come ad esempio pure players e marketplace).



> www.sonepar.it

Buyer Point: un successo sempre più internazionale!



Dopo due anni di stop forzato, è tornato in presenza Buyer Point, l'evento internazionale del brico-home-garden organizzato dal nostro Gruppo Editoriale Collins. Il 25% di presenze estere (su un totale di quasi mille persone) conferma la vocazione internazionale della manifestazione, che ogni anno, oltre ad essere un punto di riferimento per il mercato italiano, consente alle aziende di trovare nuovi interessanti sbocchi commerciali all'estero.

Si è svolta il **18 maggio** a Milano la diciottesima edizione di **Buyer Point, l'evento internazionale del brico-home-garden** organizzato dal nostro **Gruppo Editoriale Collins**. Proprio la vocazione internazionale ha nuovamente caratterizzato Buyer Point, che ha registrato quasi **il 25% di presenze estere su un totale complessivo di quasi mille persone**. Numeri davvero importanti, se si pensa che si tratta di una manifestazione a inviti e il cui ingresso è rigorosamente riservato ad espositori e compratori; se si aggiunge che le adesioni dei buyer esteri sono arrivate in un periodo in cui le limitazioni ai viaggi erano ancora consistenti, il successo dell'evento assume ancora maggiore valore. I buyer stranieri intervenuti, provenienti da diversi Paesi, tra cui **Belgio, Francia, Grecia, Israele, Lituania, Romania,**

Svizzera, Turchia e Ucraina, hanno incontrato con grande interesse gli espositori europei: in generale, ciò che è emerso nella maggior parte dei meeting, è una tendenza sempre più forte a limitare le importazioni dall'Oriente, a favore di un Made in Europe sicuramente più caro in fase di acquisto, ma con una qualità maggiore e soprattutto tempi e costi di spedizione certi. Infine, come sempre, la **cena inaugurale del martedì sera** ha rappresentato un grande momento di **networking**, atteso e apprezzato dai presenti, in cui gli operatori hanno potuto realizzare un primo contatto in un clima informale e di festa, in attesa della giornata di lavoro del mercoledì e degli incontri "ufficiali" tra fornitori e distributori.

www.buyerpoint.it



BUYER POINT
www.buyerpoint.it

Opening dinner

L'evento che "vanta innumerevoli tentativi di imitazione" si conferma il più riuscito esempio di networking del mondo del brico-garden italiano. In un clima rilassato, accompagnato dai quasi mille mojito serviti, i partecipanti hanno potuto creare nuovi contatti, scambiarsi opinioni sul momento di mercato e imbastire nuovi progetti.





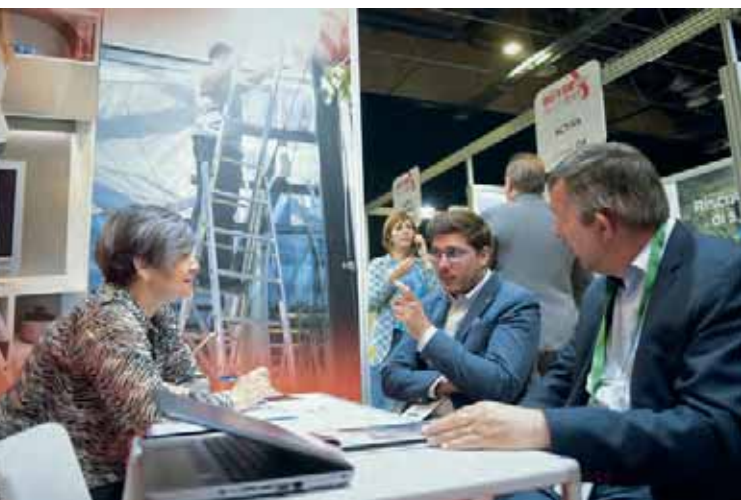
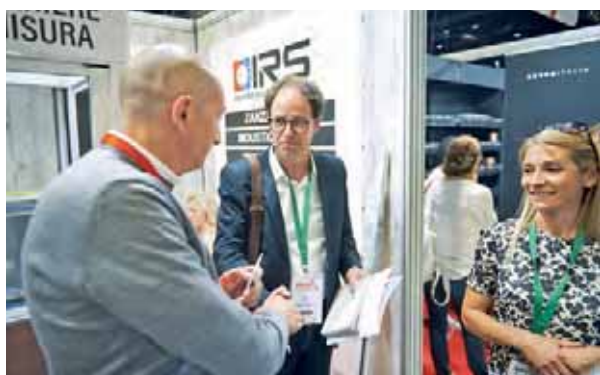
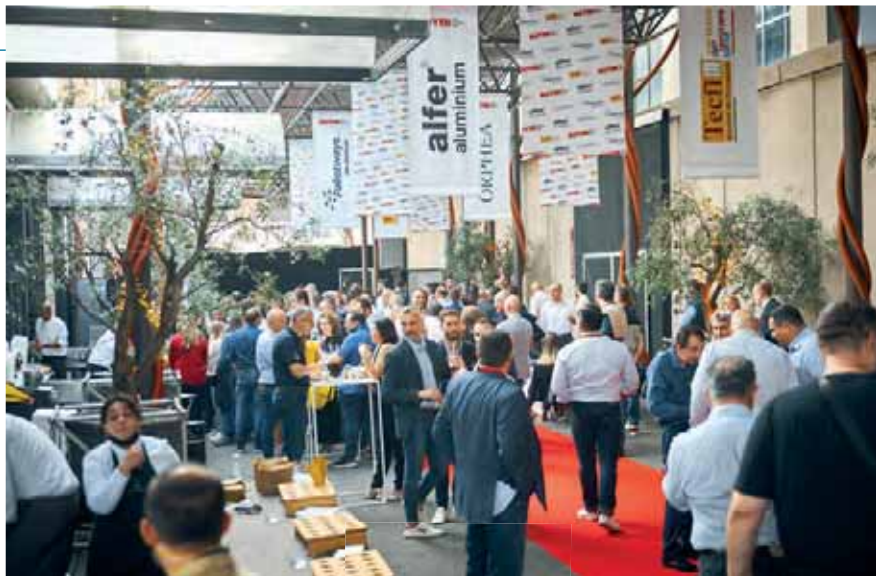
BUYER POINT

www.buyerpoint.it

Gli esteri

Tra opening dinner e giornata di incontri sono intervenute a Buyer Point quasi mille persone, il 25% delle quali di nazionalità straniera. Nei corridoi, in alcune fasi della due-giorni milanese, si sentiva parlare più inglese che italiano ed è stata evidente la soddisfazione dei partecipanti per essere intervenuti a un vero e proprio evento internazionale. Si conferma quindi il senso di Buyer Point come manifestazione in cui esplorare nuovi mercati e trovare referenti diversi da quelli che si possono incontrare in una fiera tradizionale.





BUYER POINT
www.buyerpoint.it

Espositori

Le 150 aziende che hanno deciso di essere presenti a Buyer Point hanno offerto un ottimo spaccato del mercato dopo il Covid. Circa il 15% era rappresentato da aziende straniere e dieci di queste si presentavano per la prima volta al mercato italiano.

In particolare ha riscosso un grande successo lo stand collettivo della Lettonia, che raggruppava sei diversi produttori, provenienti dal Paese baltico, che hanno proposto il loro stile di lavorazione delle materie prime del territorio: dalla lavorazione del legno, alla pietra lavica, alla decorazione, tutto seguendo un gusto prettamente nordico.





BUYER POINT
www.buyerpoint.it

L'Ucraina

Dedichiamo uno spazio a quei visitatori che in questo momento così difficile sono riusciti ad essere comunque presenti, in alcuni casi affrontando viaggi che definire avventurosi è un eufemismo. In una delegazione ovviamente assottigliata rispetto al 2019, spiccava la presenza di Halyna Hereha, co-proprietaria di **Epicentr K**, la più importante insegna del Paese e una delle più grandi d'Europa, che ha voluto essere presente per rassicurare i fornitori e gli aspiranti tali sull'affidabilità dell'azienda in questo delicato periodo storico. Il confronto con queste realtà ha dato modo alle aziende espositrici di conoscere delle dinamiche che non erano note. La novità principale è che il governo ucraino ha stilato un elenco di prodotti che vengono considerati di prima necessità e per i quali fa da garante per il pagamento. La lista delle merceologie comprende anche molti prodotti afferenti al mondo dell'edilizia e del bricolage, che per ovi e tristi motivi sono particolarmente importanti in un Paese in guerra.



I ♥ BPF

www.buyerpoint.it

GRAZIE A:

GOLDEN SPONSOR

alfer
aluminium

ORPHEA

Palletways
We Deliver

Tecfi
per lavorare bene

- ACTIVA • ALBERTS • ALDO VALSECCHI - RUOTE AVO • ALFER ALUMINIUM • ALTONA • AMBRO-SOL • ANTIS GROUP • APEX • ARTEMISIA • ARTPLAST
- BAIBINA • BBLINE • BERNI GROUP • BIO EFEKTS • BLUMEN GROUP • BOT LIGHTING • BRICO RETAIL • CANOPIA BY PALRAM • CENTRALCARTA
- CLABER • CN CONTINENTAL • COMFERUT • COMPO ITALIA • D. NIKOLAOU • DAL DEGAN • DUNSCH EUROPE • DURABLE • DVINSK WOOD • EBAY
- ECOPLAST • EKOMMERCE • ELEPACKING • EMA DISTRIBUTION • EPOCA • ERREBI • ETNA DESIGN • EUROEQUIPE • EUROPLAST MARMORESINA -
- MARLUX • EUROPROFIL • EVENT FRAME • FARMET NEW • FERRABOLI • FERRARI GROUP • FILA INDUSTRIA CHIMICA • FITT • FLASH CUTTER • FLORA
- TOSCANA • FLORTIS • FRAMAR • GIERRE SCALE • GI.METAL • GIOVANNI BOTTIGELLI • GIROMAGI • GRANULATI ZANDOBBIO • GRIMA • GUANDONG
- GYS ITALIA • HELVI • HOLZ TECHNIC • HONEYWELL - SAFETY PRODUCTS ITALIA • HOPA • HOZELOCK EXEL • HS HOLZEXPORT SCHUSTER • I.C.S.
- I.R.S. • IDROEASY • I FUORICASA • IGAP - GRANDSOLEIL • IPAE - PROGARDEN • IPIERRE SYSTEM • IRON MINT • ITAL-AGRO • ITALIADOC • JUMBO
- KB • KAI • KRISAYA • LAMINBORD • LEBEZ • LIT GAS • LOSA LEGNAMI • LOWELL • MALCO TOOLS • MALFATTI&TACCHINI • MANO MANO • MBM
- METALPLUS • METALY • MILLA SAFETY EQUIPMENTS • MISTER EJS • MONACIS • MONGARDI • MR MAGNUS • MY FAMILY • NEGRARI • NEW FUELS
- NICOLI • NO FLYZONE • ORGANIZZAZIONE ORLANDELLI • ORIGAMI EDITORE • ORPHEA • ORVITAL • OSRAM • PAD GLOVES • PALLETWAYS ITALIA
- PENGU - ROTHO • POLYFLAME EUROPE • POLIMARK • PROXE ITALIA • PUNTO GAS • RAIN • RECA PLAST • RIK-FER • ROMEO MAESTRI & FIGLI
- ROTHO BLAAS • S.I.T. - SOCIETÀ ITALIANA TECNOSPZZOLE • SAL.MAR. • SANDOKAN • SANITEC • SCHERER • SDD - SEMENTI DOTTO • SEBA ITALIA
- SEBA PROTEZIONE • SEVEN ITALIA • SHANYAO ITALIA • SILK PLASTER GROUP • SO.DI.FER • SOCHEF • SWISSINNO SOLUTIONS • TAVOLA • TECFI
- TECNO AIR SYSTEM • TECNOKIT • TEKNOPLAST • TERAPLAST • TOOD • TRAMEX INTERNATIONAL • VARESE GARDENING • VERDEMAX
- VETRONOVA • VIBAC • VIGORPLANT ITALIA • XPRTIALS • ZINCO GROUP • ZIPPO ITALIA • ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI

È un'idea di

GRUPPO EDITORIALE
COLLINS SRL

Collins Srl - Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano
Tel. (+39) 028372897 - Email: buyerpoint@netcollins.com
marketing@netcollins.com - promotion@netcollins.com

Leroy Merlin, sempre più azienda piattaforma



ALBERTO CANCEMI, NUOVO DIRETTORE GENERALE DI LEROY MERLIN ITALIA.

Nel corso della conferenza stampa di presentazione di Arky, il nuovo servizio di ristrutturazione chiavi in mano di Leroy Merlin, abbiamo intervistato il nuovo direttore generale del ramo italiano dell'insegna, Alberto Cancemi.

Nel corso della design week di Milano - che si è svolta dal 7 al 12 giugno all'interno di **Dropcity**, il Centro di Architettura e Design firmato dall'architetto **Andrea Caputo**, sviluppato grazie a **Grandi Stazioni Retail** e alla Società internazionale di servizi e consulenza immobiliare **Nhood** -, **Leroy Merlin** ha presentato ufficialmente alla stampa **Arky, il servizio di ristrutturazione chiavi in mano dell'insegna francese**, nato con l'ambizioso obiettivo di creare una rete di oltre 200 architetti partner.

Al termine della presentazione abbiamo intervistato **Alberto Cancemi**, nuovo direttore generale di **Leroy Merlin Italia**, fresco di nomina, con il quale abbiamo parlato ovviamente del lancio del progetto Arky, ma anche della sua recente pre-

stigiosa investitura e del presente e del futuro del mercato del DIY in Italia.

F&C: Alberto, la tua storia in Leroy Merlin può essere presa d'esempio per tanti giovani che si affacciano al mondo del lavoro: entrato in azienda con un lavoro stagionale ai tempi dell'università, oggi, 22 anni dopo, sei direttore generale.

Alberto Cancemi: È sicuramente un percorso importante, non lo nego, ma ciò che mi preme sottolineare è soprattutto il valore aggiunto che deriva dal lavorare in Leroy Merlin. A tal proposito mi piace ricordare una frase di Nelson Mandela, detta in riferimento alla vita: "Si vince o si impara, ma non si perde mai". E in Leroy Merlin, se mi consenti questo

parallelismo, davvero non si perde mai, perché nella nostra quotidianità lavoriamo sapendo di poter sbagliare, ma anche in quel caso sarà una crescita per il nostro futuro.

F&C: I tuoi collaboratori danno sempre l'impressione di lavorare in un ambiente giovane, positivo, che sperimenta: è questo il segreto del vostro successo?

Alberto Cancemi: Esatto, è questo il nostro stile, che ci fa crescere come persone e come azienda. Come ti dicevo, possiamo lavorare in serenità, con la voglia di far bene e di riuscire, senza quello stress che ti inibisce nel cercare sentieri nuovi.

F&C: In tal senso, il progetto Arky è l'ennesima dimostrazione della



vostra capacità di cambiare pelle, con l'obiettivo primario di intercettare le esigenze del cliente...

Alberto Cancemi: Con Arky prende sempre più forma la visione strategica per il futuro di Leroy Merlin: un'impresa piattaforma, che alla vendita di prodotti e materiali affianca la consulenza e l'offerta di servizi innovativi, stabilendo forti legami con le imprese del territorio per garantire a clienti e abitanti soluzioni sempre più efficienti.



F&C: Ed è proprio questo il tema al centro dell'evoluzione del mercato, ovvero riuscire a trasformarsi in relazione alle nuove esigenze del cliente?

Alberto Cancemi: Partiamo dal punto di partenza alla base del nostro lavoro: il nostro target cliente è il privato e, oggi, le sue esigenze sono in continua e perenne evoluzione e sono completamente diverse rispetto ad anni fa. Tutto il mercato deve cercare di rispondere a tali cambiamenti nelle modalità e nei

tempi dettati dal cliente, per questo tutte le aziende si stanno trasformando. Quando ho iniziato questo lavoro, esisteva un solo percorso cliente: il consumatore che entrava in negozio, girava tra i corridoi, cercava la merce sugli scaffali, comprava e usciva.

Oggi il cliente ha bisogno d'altro e sono nati tantissimi percorsi, tutti da soddisfare per chi fa il nostro lavoro. Il mondo dei servizi è così cresciuto in maniera esponenziale in questi anni, fino alla realizzazione di veri progetti chiavi in mano per poter venire incontro alle nuove richieste dei clienti.

F&C: In questo percorso di crescita, lo sviluppo del mondo online rappresenta uno dei punti di forza...

Alberto Cancemi: È di fondamentale importanza sviluppare l'online e la nostra supply chain, per essere presenti e competitivi su tutto il territorio nazionale.

Siamo orgogliosi di quanto fatto finora: da un anno abbiamo lanciato il marketplace e siamo l'unico retailer ad averne sviluppato uno. Il nostro obiettivo è dare la possibilità al cliente che vuole acquistare da casa, o anche solo ispirarsi da casa, di trovare sul nostro sito tutto ciò che gli serve. Leroy Merlin si conferma anche in questo caso azienda piattaforma, perché collaboriamo con più di 200 rivenditori che propongono i loro prodotti sul nostro sito. L'obiettivo, non mi stanco di ripeterlo, è mettere a disposi-

zione dei clienti un ampio portafogli di soluzioni per il loro habitat.

F&C: Rispetto agli altri paesi europei, l'Italia conserva una distribuzione sul territorio unica, molto frastagliata e in cui riescono a convivere il tradizionale e lo specializzato. Pensi che in futuro il mercato prenderà una sola direzione?

Alberto Cancemi: No, sono del parere che nel nostro paese non ci sarà mai il sopravvento di una delle due distribuzioni.

L'italiano si sa innovare, sa scegliere in che direzione andare e sa cambiare traiettoria all'occorrenza. Il segreto è questo: è la ricchezza del nostro paese, che lo rende unico al mondo, fatto di attori forti e capaci di cogliere le evoluzioni del mercato e saperle intercettare. Dal piccolo negoziante, al grossista, al retailer con una rete di punti vendita, tutti gli attori del nostro comparto sanno reinventarsi in caso di necessità. Questo mercato è composto di un tessuto imprenditoriale di grande valore, a cui noi ci ispiriamo e che mi auguro che resti intatto anche in futuro.

La velocità di cambiamento a cui ci stiamo abituando è uno stimolo continuo a non restare fermi: Leroy Merlin sta dando le risposte giuste e continuerà a darle insieme agli attori della fitta rete costituita fino ad oggi, nel pieno spirito di azienda piattaforma. ○

www.leroymerlin.it

GfK: l'evoluzione del mercato DIY in Italia

Utilizzando la metodologia Total Store Report, GfK rappresenta le vendite per famiglia merceologica di oltre 700 punti vendita DIY con superficie superiore ai 1000 mq; ecco i dati del 2020, del 2021 e del primo quadrimestre del 2022, con il commento del Key Account Manager Laura Strada

L'universo dei centri brico monitorato da GfK è composto da **704 punti vendita specializzati**, con una **superficie di vendita** di almeno **1000 mq**. **Laura Strada, Key Account Manager di GfK**, ci spiega nei dettagli l'andamento del mercato e delle singole categorie merceologiche.

F&C: Il 2020 e il 2021 sono stati due anni che, a causa degli effetti della pandemia, si sono rivelati straordinari per tante filiere distributive, tra cui il DIY: qual è stato nel dettaglio l'andamento del mercato?

Laura Strada: Gli ultimi due anni sono stati caratterizzati da continue evoluzioni, anche per le categorie del fai da te superstores.

Il canale, nel complesso, ha registrato una sostanziale stabilità nel corso del 2020, passando da un periodo di negatività dei primi mesi ad una decisa ripresa nella seconda parte dell'anno. Il 2021 si è poi chiuso con un trend positivo (+9,1%),

trainato soprattutto dalla categoria del Giardinaggio.

F&C: Giardinaggio che in effetti è stato uno dei comparti cresciuti in maniera più decisa nel 2020 e 2021, ma che in questi primi mesi del 2022 sembra fare un po' fatica...

Laura Strada: Questo segmento si è mostrato come il maggiormente dinamico, con un 2020 guidato soprattutto da piccoli acquisti per la cura della propria casa (semi, fertilizzanti, piante) ed un 2021 più legato ad una "professionalizzazione" delle attività, attraverso l'utilizzo di strumenti per irrigazione e accessori per la cura delle piante. Il dato ad Aprile 2022 segna, per questa categoria, una leggera flessione (-3%): una pre-stagionalità per questo mercato non particolarmente positiva, ma da interpretare in relazione alla forte crescita registrata nel 2021.

F&C: Oltre al giardinaggio ci sono altri comparti che in questi primi

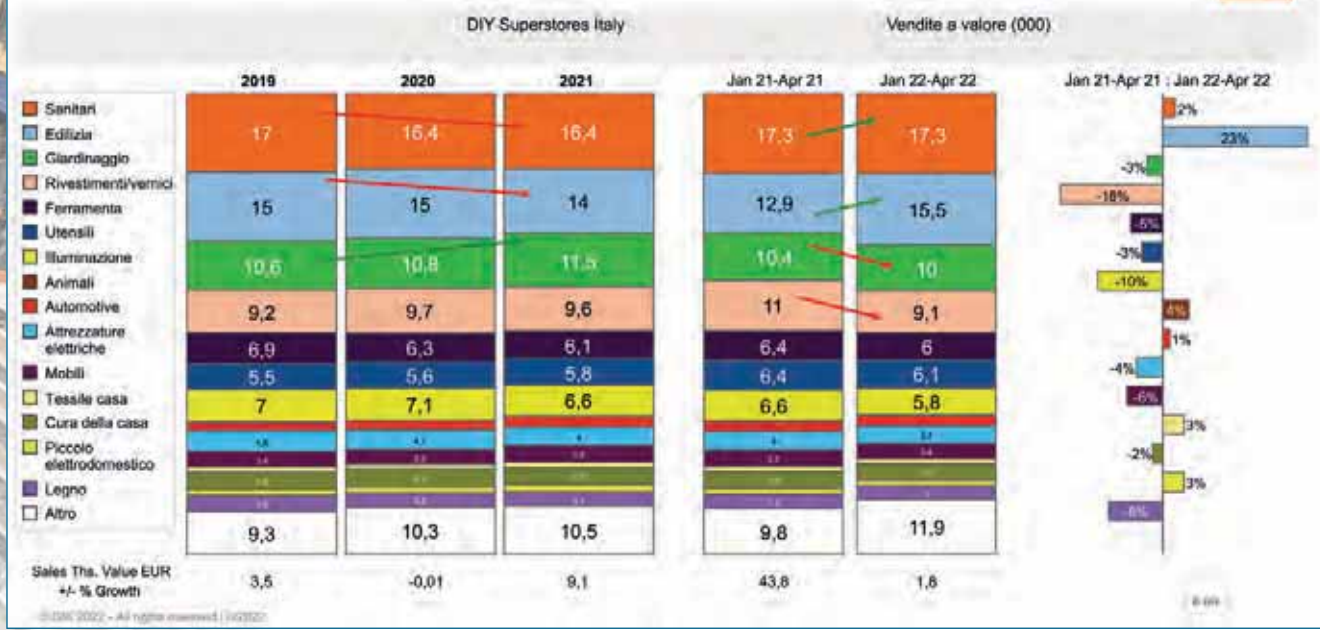
mesi del 2022 stanno ottenendo risultati non all'altezza degli anni precedenti?

Laura Strada: Tra i settori in leggera difficoltà in questa apertura d'anno troviamo Rivestimenti e Vernici che, dopo un picco raggiunto nei primi mesi del 2021, nel periodo gennaio-aprile 2022 tornano a rappresentare poco meno del 10% del mercato a valore per questo canale, con una contrazione del -16%.

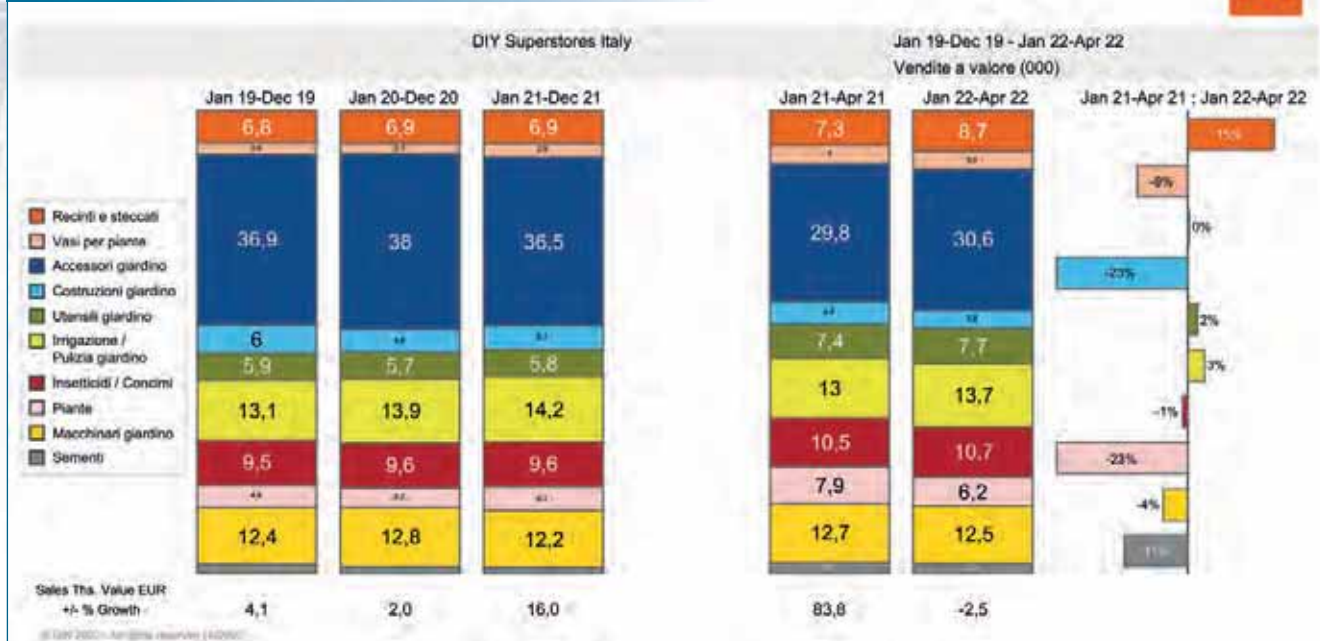
F&C: Quali sono invece i comparti che in questo primo quadrimestre del 2022 stanno ottenendo migliori risultati?

Laura Strada: Si tratta delle prime due categorie in termini di importanza: Sanitari ed Edilizia che, in linea con la crescita del canale nel 2021, mostrano, ad Aprile 2022, una dinamicità maggiore rispetto agli altri segmenti, probabilmente sostenuti anche da fattori esogeni quali gli incentivi alla ristrutturazione. ●

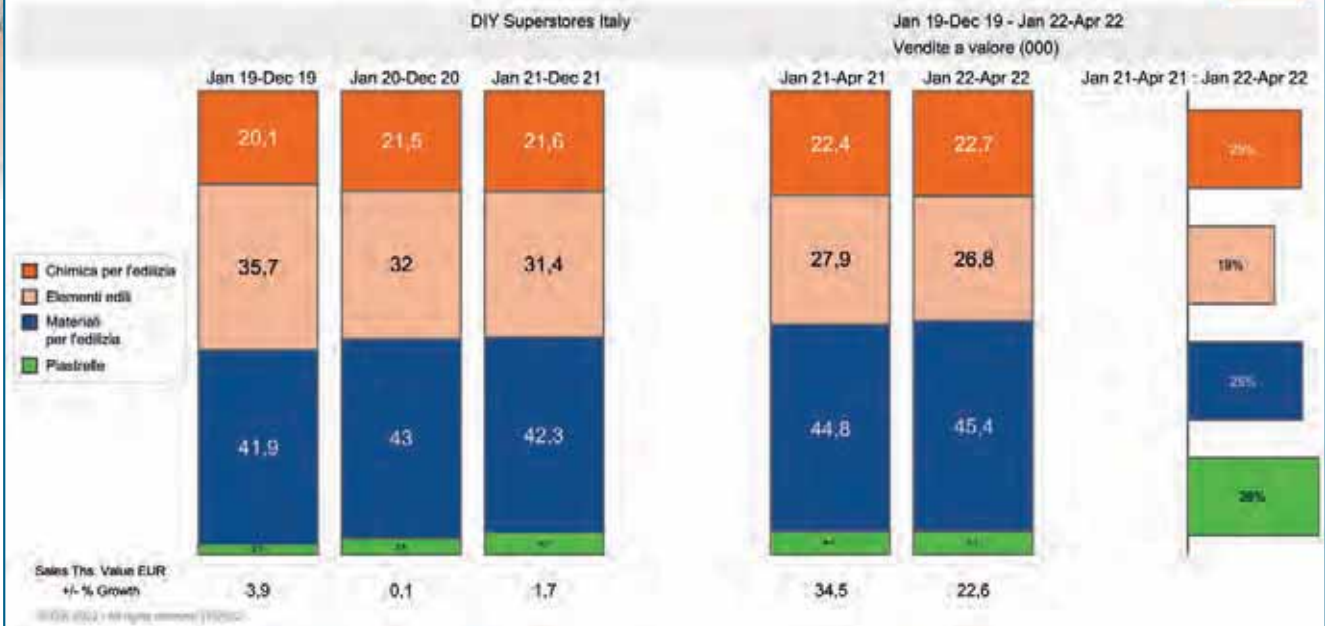
TUTTI I SETTORI



GIARDINAGGIO



EDILIZIA



SANITARI





Piastra in **ceramica**, due opzioni per regolare il **getto di vapore**, sistema **autopulente** e funzione **anticalcare** per una stiratura impeccabile.

NON FA UNA PIEGA



CONTATTACI
+39 0825 449281
commerciale@fratellivitale.com
www.fratellivitale.it

Stocard: le carte fedeltà nel brico-home-garden



L'Osservatorio Loyalty di Stocard, l'App che consente di virtualizzare le carte fedeltà nel proprio smartphone, ha rilevato che il settore brico-home-garden è sempre più apprezzato dagli italiani: ne abbiamo parlato con Valeria Santoro, Country Manager Italia di Stocard by Klarna.

Il mondo del brico-home-garden piace sempre di più agli italiani. Nel loro portafoglio, infatti, non mancano le carte fedeltà legate a brand di arredamento, brico e gardening: lo rileva l'**Osservatorio Loyalty di Stocard**, l'applicazione del gruppo Klarna che consente di virtualizzare tutte le carte fedeltà nel proprio smartphone e che conta in Italia ormai 11 milioni di utenti. Dall'analisi emerge che nel 2021 il 33,7% degli utenti Stocard ha dematerializzato nell'app almeno una carta fedeltà dedicata a un brand di furniture, mentre il **16,4% degli utenti almeno una relativa al brico**. Segue il gardening con il 2,1% degli utenti. Per quanto riguarda il totale degli acquisti effettuati con carta fedeltà nel settore

dell'Home & Garden nel 2021, Stocard ha rilevato che al primo posto si piazza nuovamente l'arredamento con il 55% degli acquisti, seguito dal brico (39,3%) e dal gardening (5,6%).

Abbiamo chiesto a **Valeria Santoro, Country Manager Italia** di Stocard by Klarna, di darci qualche informazione in più sulla crescita dell'uso dell'App nel nostro comparto.

F&C: Qual è oggi il livello di fidelizzazione nel canale brico confrontato con il periodo pre-pandemia?

Valeria Santoro: Il settore brico è stato notevolmente influenzato dal periodo di lockdown a cui i consumatori sono stati sottoposti. Tuttavia più che di crescita

della fidelizzazione intesa come semplice aumento delle carte fedeltà del settore, parlerei di una crescita degli acquisti effettuati con le carte fedeltà brico. Rispetto al pre-pandemia abbiamo registrato un notevole incremento della spesa in questo settore perché tutti noi, a partire dai primi mesi di lockdown, ci siamo trovati a lavorare in smart working, che ha inevitabilmente influenzato e anche cambiato la percezione della nostra casa. Non solo abbiamo sentito l'esigenza di renderla un ambiente più confortevole per la quantità di tempo che vi abbiamo passato dentro, ma per molti è anche diventata un luogo di lavoro, un ufficio, che ha comportato la necessità di modificarne gli ambienti, in maniera più o meno strutturale.

Basti pensare che il settore brico/arredo è stato uno dei primi a tornare a livelli di spesa precedenti alla pandemia, soprattutto in confronto al settore fashion, che ci ha messo molto più tempo. Una nostra ricerca di maggio 2020, ancora in lockdown, aveva registrato un primo boom di acquisti pari al 94% del livello pre-covid. Il boom che il settore brico ha vissuto con la pandemia persiste tuttora, da un lato perché in alcuni casi lo smart working si sta progressivamente normalizzando, dall'altro perché è stata rivalutata in maniera definitiva la rilevanza qualitativa dell'ambiente domestico.

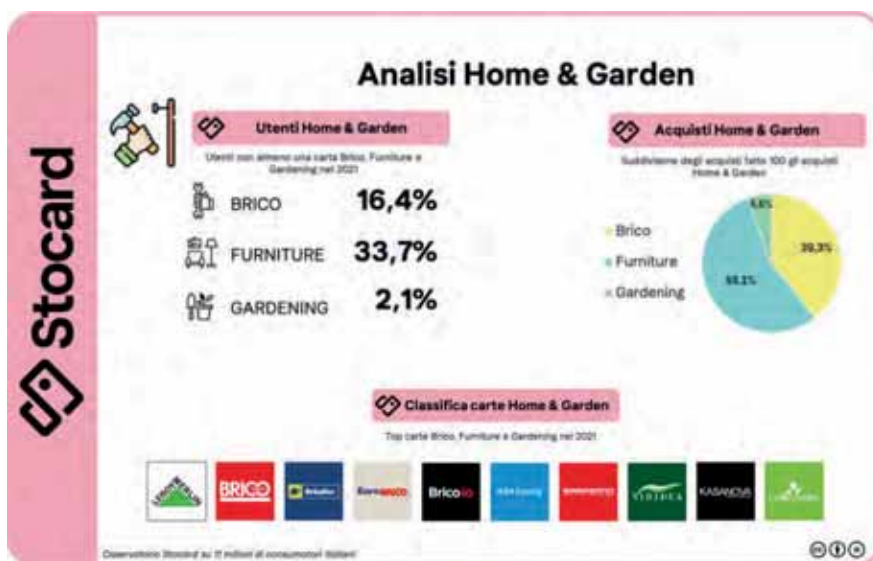
F&C: Qual è la percentuale di clienti che utilizza le carte fedeltà e di quali insegne parliamo?

Valeria Santoro: Sicuramente durante il lockdown è aumentata la quantità di utenti che ha effettuato acquisti brico con carta fedeltà, ma il settore era in fermento già da prima: da una precedente analisi dell'Osservatorio Loyalty di Stocard è emerso che dal 2017 al 2021 l'utilizzo di carte fedeltà nel brico ha messo a segno una crescita del +40%.

L'ultima survey dell'Osservatorio ha evidenziato che nel 2021 il 16,4% degli utenti ha dematerializzato nell'app almeno una carta fedeltà dedicata a un brand di Brico e, per quanto riguarda il totale degli acquisti completati con carta fedeltà, il settore ha raggiunto il 39,3%. Le fidelity card più utilizzate sono state quelle di Bricocenter, Bricofer, EuroBrico e Brico Io.

F&C: Quali sono i vantaggi per questi retailer presenti sulla vostra App?

Valeria Santoro: Stocard by Klarna permette al retailer di poter comunicare al consumatore le promozioni attive sia in negozio fisico che online, quindi di attuare una strategia di comunicazione multicanale. In questo modo l'app si configura come una vera e propria leva di drive-to-store verso 11 milioni di consumatori italiani che l'hanno scelta. Con azzeramento della dispersione, visto che la audience Stocard è 100% utente-consumatore e con la possibilità di 'parlare' non solo ai propri clienti con carta, ma anche



ra totalmente digitale senza uso di tessere plastificate o template di carta da compilare e senza alcun impiego di tempo da parte del personale del punto vendita.

F&C: Anche un rivenditore indipendente che offre una tessera fedeltà (non collegato però a una rete strutturata di diversi punti vendita) può entrare nel vostro circuito?

Valeria Santoro: Stocard by Klarna è una piattaforma dove tutte le carte fedeltà ottengono pari opportunità. Quando una carta non è presente nella lista di carte fedeltà partner all'utente viene comunque data la possibilità di aggiungerla scansionando il QR code o il codice a barre o inserendo manualmente il seriale e specificandone il nome. Questo è possibile sempre, anche qualora un brand non sia collegato a una rete strutturata di negozi. Se poi l'azienda è interessata a stringere una partnership, siamo sempre a disposizione per elaborare progetti su misura.

Ad oggi i programmi di Loyalty sono in espansione: questo perché una buona strategia di fidelizzazione è essenziale per le aziende perché permette di mantenere una customer base costante senza la necessità di rincorrere i clienti attuando politiche di abbassamento dei prezzi.

www.stocardapp.com

Canese Expo Forum mette il cliente al centro di tutto



SABRINA CANESE CON ELEONORA E ANNALIA DELLO STAFF AMMINISTRATIVO.

Si è tenuto il 21-22 maggio Canese Expo Forum, l'evento che il grossista ligure ha organizzato per tornare a incontrare i suoi clienti di persona dopo la pausa forzata dovuta al Covid, abbiamo chiesto a Massimiliano Canese di raccontarci com'è andata.

Dopo il travagliato biennio 2020-2022 anche Canese Dante, storico grossista ligure specializzato nella sicurezza, ha deciso di organizzare una due giorni in cui i clienti hanno potuto toccare con mano e in presenza le novità e le offerte del catalogo 2022. Per l'occasione Canese ha voluto inserire nel programma della due giorni tutti i possibili aspetti che caratterizzano eventi di questo tipo. L'azione commerciale, senza dubbio, ma anche la formazione, il confronto diretto tra tutti gli attori della filiera e la convivialità, quest'ultima garantita dalla scelta della location, il Santa Caterina Park Hotel di Sarzana e il Ristorante del Re al suo interno. Canese Expo Forum ha coinvolto 40 fornitori presenti con i loro stand e più di 100 negozianti per un totale di 350 persone, una numerica che ha consen-

tito di seguire i clienti passo passo nella loro visita all'expo, ma che al contempo dimostra come l'iniziativa abbia suscitato la curiosità del mercato.

La giornata è servita anche a presentare F di Canese (progetto ideato da Sabrina e Massimiliano Canese), dove la F sta per Formazione, Forum e Futuro, tre parole che indicano chiaramente come il confronto e la crescita delle competenze siano imprescindibili al giorno d'oggi più che mai. Ci siamo fatti raccontare come sono andati questi due giorni da Massimiliano Canese, direttore commerciale dell'ingrosso ligure e anche la persona che in azienda ha seguito più da vicino i preparativi.

F&C: Qual è il bilancio di questo Canese Expo Forum?

Massimiliano Canese: Abbiamo voluto creare un evento a misura di



DA SINISTRA, MASSIMILIANO, SABRINA E MARCELLO CANESE.

partecipante e siamo molto soddisfatti del risultato ottenuto. I nostri clienti sono venuti in un contesto piacevole, hanno vissuto una giornata di confronto e opportunità commerciali che hanno potuto vagliare con calma, togliendosi tutte le curiosità e chiarendo qualsiasi dubbio in un continuo interscambio tra grossista, produttore e negoziante.

Abbiamo pensato Canese Expo Forum come un coltellino svizzero che offre tutte le funzioni necessarie in uno spazio ridotto e pensiamo di essere riusciti a centrare il nostro obiettivo.

F&C: In quale modo lo avete realizzato?

Massimiliano Canese: Chi ha partecipato ha trovato il lavoro, il relax e il buon cibo, tutto a portata di mano. Abbiamo pensato Canese Expo Forum

come un percorso in cui il cliente entra e sta a lui decidere di attraversarlo alla velocità che crede. Ci sono stati visitatori che volevano essere informati su tutto quello che vedevano e hanno trovato interlocutori pronti a chiarire ogni dubbio, altri hanno preferito visitarlo focalizzandosi sugli ordini che avevano in mente e lo hanno fatto ottimizzando il tempo di permanenza al massimo. E poi il nostro staff e quello dei fornitori era costantemente a disposizione e pronto a intervenire, si può quasi dire che ognuno avesse un personal shopper che ha contribuito a far sentire il cliente coccolato. E questo è il risultato che speravamo di ottenere.

F&C: Siete soddisfatti anche del risultato commerciale?

Massimiliano Canese: Molto! Onestamente in questo periodo di con-

tinue tensioni sui prezzi non sapevamo cosa aspettarci, ogni confronto con il periodo pre-Covid era impensabile. Invece nelle settimane successive all'evento tutto il nostro staff è stato super impegnato per i molti ordini da inserire a gestionale, decisamente più di quanto ci aspettassimo e anche più di altri eventi simili che abbiamo fatto in passato. È un risultato a cui abbiamo lavorato a 360°, fin dalla selezione dei quaranta fornitori fatta nell'ottica di presentare quei prodotti che ci sembrava potessero maggiormente incontrare le esigenze del negoziante. Ma non era per nulla scontato visto che le tensioni sui prezzi stanno consigliando grande prudenza negli ordini. ○

www.caneseferramenta.it

Brico io di La Spezia



Il 26 maggio ha aperto il nuovo **Brico io di La Spezia**.

Si tratta di un punto vendita in affiliazione con la società **lozzelli Group s.r.l.**, nata nel 1974 come ditta individuale, che negli anni si è trasformata ed ampliata sino a diventare una moderna rivendita di materiale edile che conta ad oggi tredici punti vendita.

All'interno del punto vendita troviamo oltre 20.000 articoli nei reparti tradizionali e tecnici del "fai da te", uno spazio riservato al promozionale all'ingresso e lungo il corridoio che percorre il negozio.

Le adiacenze merceologiche sono pensate per accompagnare il Cliente attraverso una sequenza di prodotti coerenti che facilitano l'identificazione delle risposte ai suoi bisogni.

Brico io di Grottammare

Dopo 27 anni dall'apertura (avvenuta il 22 giugno 1995, una delle prime della rete **Brico io**), il **punto vendita di Grottammare (AP)** è stato oggetto di una ristrutturazione completa, di carattere sia commerciale sia tecnico.

L'intervento tecnico ha coinvolto il rifacimento totale dell'impianto di illuminazione, aggiungendo corpi illuminanti e convertendo i vecchi ad illuminazione LED, dell'impianto di trattamento aria, oltre ad opere edili ed una nuova pavimentazione. Questo ha comportato la chiusura del punto vendita per circa 4 mesi.

L'azienda è però riuscita a mantenere il contatto con la clientela tramite l'installazione di una struttura nel parcheggio per garantire i prodotti maggiormente ri-

chiesti e appoggiandosi al vicino negozio di San Benedetto del Tronto.

Grottammare oggi ha terminato il suo restyling e si presenta al pubblico con una nuova immagine e una nuova proposta, in linea con il format e la mission aziendale basata sul concetto di shop in shop, per offrire ai clienti, in un unico negozio, tutto quello che serve per prendersi cura della propria casa e del proprio giardino.

I corner presenti nel negozio sono 6:

- **L'Outlet del Kasalingo**, presenta i mondi del tessile, della cottura e della tavola.
- **ELECTRO**, dedicato all'elettrodomestico e all'elettronica di consumo.
- **Home Stile**, dedicato al settore Illuminazione e Complementi d'arredo.



Bricio - Grottammare



- **Bolle Blu**, per l'igiene e la pulizia della casa e la cura persona.
- **Isola dei Tesori**, dal cibo al gioco per i nostri amici animali.
- **XAuto**, propone un ampio assortimento di accessori per auto, moto e bici.

"Grottammare è un negozio storico della rete, ha sempre garantito ottimi risultati, costantemente aggiornato sotto il profilo commerciale. Abbiamo approfittato della necessità di lavori di adeguamento tecnico per allinearlo al nostro format, alla nostra idea di negozio vicino ai clienti - di-

*chiara **Paolo Micolucci Consigliere Delegato di Bricio io S.p.A.** - è stato fatto un grande sforzo da parte di tutto il team che ha garantito il servizio anche durante i giorni di chiusura al pubblico".*

› www.bricio.it



Specialisti nella fornitura di accessori per smartphone e device tecnologici.

#ThinkGroovy  BE CREATIVE

Tre nuove aperture per Brico OK

Brico OK - Torre del Lago Puccini



Tripletta di inaugurazioni per **Brico OK** tra maggio e giugno, con l'apertura dei nuovi punti vendita di **Altopascio (LU)**, **Torre del Lago Puccini (LU)** e **Romano di Lombardia (BG)**.

Il 5 maggio ha aperto i battenti il primo dei due nuovi negozi toscani, quello di **Altopascio**, presso il quale sono disponibili i servizi di taglio legno, tintometro e consegne a domicilio, oltre a un ampio assortimento dei prodotti per il giardino, per la casa e per il bricolage.

Il 12 maggio è stata la volta di **Brico OK di Torre del Lago**, a pochi chilometri da **Viareggio**, che propone un'offerta stagionale con un'ampia gamma di bar-

becue, arredo giardino da esterno e piscine, oltre a tutti i principali servizi offerti dalla catena.

Il 2 giugno, infine, è stato inaugurato il nuovo punto vendita di **Brico OK a Romano di Lombardia**, in provincia di Bergamo, che ha portato a 117 i negozi dell'insegna. In uno spazio di 2.000 mq, l'offerta consiste in oltre 18.000 referenze suddivise in 11 reparti merceologici (utensileria, ferramenta, giardinaggio, vernici, legno, casalinghi, illuminazione, elettricità, arredo bagno, idraulica, auto accessori).

> www.bricook.it

Brico OK - Altopascio



Brico OK - Romano di Lombardia



PRACTICE LINE

S1P SRC



Profili lamellari per aumentare il grip.

Profili incisi per una migliore tenuta sulle scale.

Profili lamellari per una maggiore tenuta allo scivolamento.



RUNFLEX

CALZATURA DI SICUREZZA S1P SRC IN STILE RUNNING CON TESSUTO 3D MICROFORATO TRASPIRANTE E MICROFIBRA ANTIGRAFFIO, IDEALE PER USO INDOOR. SUOLA IN PU MONODENSITÀ ULTRAFLESSIBILE ATTO AD AUMENTARE IL CONFORT E AD ATTENUARE LE SOLLECITAZIONI AGLI ARTI INFERIORI ED ALLA COLONNA VERTEBRALE. COMODE PER TUTTI GLI USI.

SAFETY SHOES & WORKWEAR

WWW.SPARCOTEAMWORK.COM

CE EN ISO 20345:2011



MONDOPOINT
10,5

sparco
Teamwork



Bricolarge di Formia (LT)

Ha aperto il 16 giugno il nuovo punto vendita **Bricolarge** di Formia (LT), di proprietà della famiglia Zangrillo, noto grossista dell'area centro e sud Italia, socio del consorzio **Evoluzione Brico**. Il nuovo negozio **Bricolarge di Formia** si esprime su una superficie netta di vendita di 2.000 mq, distribuita su 2 piani gemelli collegati da scale mobili ed ascensore.

L'assortimento del punto vendita è assolutamente esauriente e completo. Il piano terra è maggiormente dedicato ai settori tecnici e al mondo stagionale e del giardino.

Il secondo piano è invece prevalentemente dedicato ai settori decorativi come l'illuminazione e il mondo bagno ed è presente un reparto antinfortunistica molto profondo.

È già iniziata nei locali adiacenti la ristrutturazione dei reparti dedicati al professionista e all'artigiano ai quali, oltre al mondo della termoidraulica, verranno affiancati i mondi del legno e delle vernici con il sistema tintometrico, che saranno disponibili anche al privato oltre che al professionista.

➤ www.bricolarge.it



**ZIPPO®
LANCIA
IL SUO
B2B!**

**OCCHIALI
LETTURA**

**OCCHIALI
SOLE**

**SEI UN RIVENDITORE?
COMPRA ON LINE SUL SITO:
zippobusiness.it**

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

ZIPPO, Zippo e sono marchi registrati di proprietà di Zippo Manufacturing Company.



YED: il mondo del serramento si è riunito a Vicenza

Si è svolta dal 5 al 7 maggio a Vicenza la decima edizione di YED, nata inizialmente come ColfertExpo e nel 2019 trasformata nell'attuale denominazione: con oltre 4.600 visitatori, di cui 2.115 Partite Iva, YED si conferma una edizione da record e continua a ritagliarsi uno spazio sempre più importante nel mondo del serramento italiano.

Tanta è stata la voglia degli addetti ai lavori di tornare a rivedersi in presenza, a sorridere, a confrontarsi, a pensare a progetti e azioni per il futuro e, nonostante le paure e le limitazioni legate alla pandemia e all'intenso momento di mercato che ha riempito il portafoglio ordini delle aziende legate al mondo del serramento, sono stati registrati numeri da record sia come visitatori, così come anche espositori.

YED in Fiera a Vicenza si è dimostrata, dunque, come un'opportunità importante di confronto per tutti gli operatori che si muovono intorno al settore del serramento, è risultata essere anche un momento di formazione professionale e di networking focalizzato sulle dinamiche del settore.

Il taglio del nastro ha dato il via ad una edizione che si presentava con molte novità: la nuova location, il padiglione 1 di Fiera Vicenza, il solo nome YED, senza la presenza della storica denominazione ColfertExpo, e l'impatto scenografico dell'area espositiva.

Nata nel 2003 da una idea della Famiglia Zanato, fondatrice di Colfert S.p.A., ColfertExpo rappresenta da 19 anni un evento di riferimento per i serramentisti, proponendo le novità di prodotto della filiera del serramento grazie quest'anno ad una rosa di oltre 110 marchi proveniente non solo dall'Italia.

La fiera, giunta quest'anno alla sua decima edizione si è confermata essere una importante occasione di incontro tra i produttori di ferramenta ed accessori da un lato ed i serramentisti, gli showroom, gli installatori, i progettisti e gli architetti dall'altro.

YED ha raccolto il testimone da ColfertExpo e ha l'obiettivo di diventare la Fiera di riferimento in Italia per tutta la filiera del serramento.

La volontà di allargare i confini è stata premiata dalla presenza di oltre 4.600 visitatori provenienti da 18 regioni italiane, a cui si aggiunge anche una nutrita presenza di visitatori proveniente dall'estero.

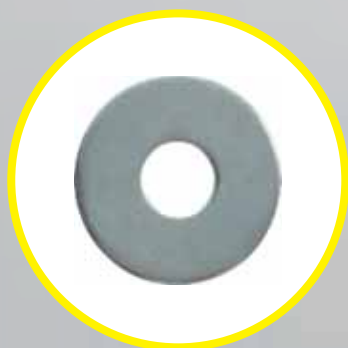
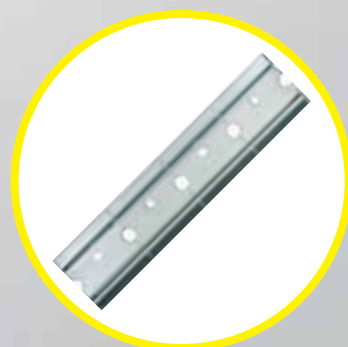
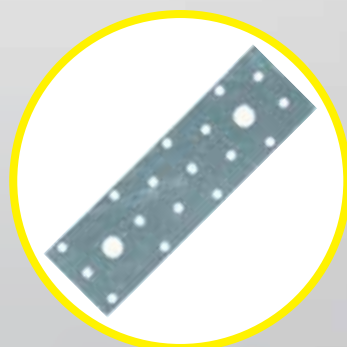
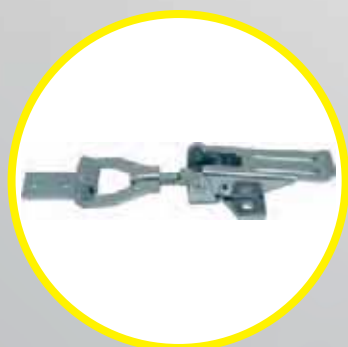
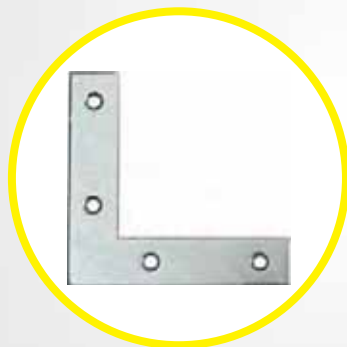
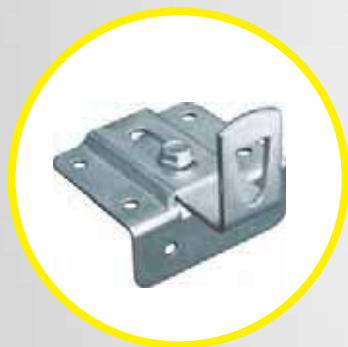
Il vero cuore della manifestazione sono rimasti gli espositori, con oltre 110 mar-

chi esposti, che anche quest'anno hanno guardato alla fiera come ad un momento di scambio di informazioni importante con i reali interlocutori della filiera del serramento, vale a dire montatori, commercianti e produttori di serramenti in genere. Altissimo è stato l'interesse dei visitatori verso le innovazioni proposte dagli espositori, testimoniato dalle oltre 100 visite medie registrate in ogni stand.

Grande successo ha avuto, anche quest'anno, lo YED Award, il prestigioso premio che vuole conferire un riconoscimento all'innovazione di prodotto, all'impegno aziendale, al coinvolgimento del personale durante alla fiera e, più in generale, agli espositori distintisi per le eccellenze presentate durante la manifestazione.

L'appuntamento con YED sarà nel 2024, riprendendo la tradizionale cadenza biennale e con il consueto carico di novità.

> www.yeditaly.com



In Vileda, qualità nel rispetto dell'ambiente

Anche un secchio può essere sostenibile: l'abbiamo visto visitando lo stabilimento di Vileda a Roncello (MB), dove creatività e ricerca si uniscono alla sostenibilità per creare secchi, ma anche scope, ideati per rendere il nostro mondo più pulito.

Riduciamo – Riusiamo – Ricicliamo: meno plastica, prodotti lavabili più volte, alto contenuto di plastica riciclata. In queste parole si sintetizza il concetto che **Laura Lisanti**, Marketing Director Italy, e **Paolo Bassani**, Plant Director Plastic EMEA di **FHP** di R. Freudenberg sas, filiale italiana di Freudenberg Home and Cleaning Solutions, società del gruppo multinazionale tedesco Freudenberg, hanno trasmesso durante la nostra visita della factory Vileda di Roncello (MB).

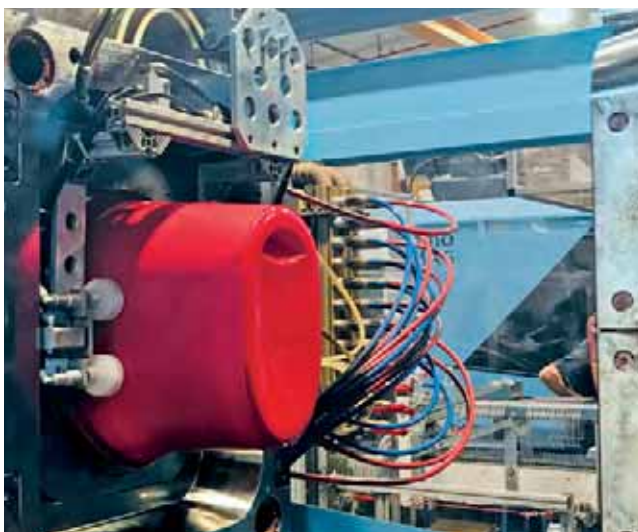
FHP, il cui acronimo significa Freudenberg Household Products, è attiva in Italia dal 1950 con i marchi **Vileda**, **Gimi**, **Wettex** e **Marigold**. È leader con il brand Vileda a livello locale e internazionale nel mercato dei prodotti per la pulizia della casa.

Presente in 55 Paesi del mondo, il Gruppo ha come propri capisaldi la creatività, la diversità e la forza innovativa, unite

all'affidabilità, alla sostenibilità e a consolidate relazioni con i clienti.

L'attenzione alla sostenibilità - area nella quale FHP è impegnata da anni, facendo parte dei suoi principi guida - spinge l'azienda verso una costante ricerca di innovazione nell'utilizzo delle materie prime e nella progettazione di prodotti di alta qualità, che durano a lungo e che aiutano a ridurre gli sprechi, con l'obiettivo di avere il minor impatto sull'ambiente. Impegno garantito anche dalla sottoscrizione del **New Plastics Economy Global Commitment** della Ellen MacArthur Foundation che punta a raggiungere obiettivi ambiziosi: continuare a ridurre gli scarti - affidandosi a imballaggi sostenibili che eliminano l'utilizzo di plastica vergine a favore di confezioni in 100% Polipropilene/Polietilene riciclabile - e aumentare la quantità di materiale riciclato dei prodotti in plastica solida, per arrivare a una quota pari al 50%.





RONCELLO: IL CUORE DELLA PRODUZIONE

Il marchio rosso Vileda è ben noto, sinonimo di pulizia e praticità in moltissime case. Si trova a **Roncello (MB)** il **sito produttivo italiano di FHP** e da qui parte una produzione per il **90% verso l'Europa**. Negli ultimi 5 anni è stato avviato un imponente progetto di ampliamento aziendale che ha visto l'inserimento di nuove macchine per lo stampaggio a iniezione ad alta velocità con un conseguente aumento dei volumi di produzione; l'implementazione del sistema software MES per gestire in maniera integrata ed efficiente il processo produttivo e l'espansione dell'area del magazzino attualmente in atto.

Lo stabilimento si sviluppa su una superficie complessiva di **23.000 mq** e dal 1996 a oggi ha saputo evolversi in un'ottica di valorizzazione del patrimonio territoriale, sociale ed economico, con una crescita interna continua, come dimostrato anche dall'incremento dell'organico, passato dalle iniziali 60 alle attuali **134 persone**, di cui 20 donne, 33 over 50 e **17 nazionalità** rappresentate.

L'impianto produttivo è dedicato alla **realizzazione dei secchi e dei componenti plastici** dei più noti **sistemi lavapavimenti Vileda** – come **Super-Mocio, Turbo Smart e Revolution** – oltre ai modelli più performanti e innovativi della categoria **scope**. Nella sede di Solarolo, in provincia di Ravenna, si producono invece le parti in panno.

L'evoluzione del sito di Roncello si è costruita intorno a importanti principi guida quali: leadership raggiunta attraverso

un vivo spirito di gruppo e di lavoro in team; elevata capacità operativa garantita da una formazione continua; sviluppo della cultura Lean & Quality attraverso un processo di comunicazione fluido tra le diverse divisioni aziendali, spinta verso la digitalizzazione e un costante orientamento al futuro.

L'atteggiamento positivo volto alla promozione di valori sociali, ambientali ed economici hanno permesso l'ottenimento nel corso degli anni di importanti **certificazioni**, fra cui la **ISO 14001** (2001) per i sistemi di gestione ambientale e la **ISO 45001** per i sistemi di gestione della salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro. La tutela del territorio e la riduzione dell'impatto delle lavorazioni sono ambiti nei quali FHP-Vileda è fortemente impegnata. Una mission che l'azienda persegue producendo prodotti per la pulizia meccanica con un alto livello di resi-

stenza nel tempo e che hanno per la loro stessa natura un potenziale di contaminazione molto basso – rispetto a quelli di pulizia chimici – permettendo di limitare i volumi di rifiuti a differenza degli articoli usa e getta.

Il processo produttivo nel sito di Roncello prevede **due principali linee produttive**:

- una dedicata ai **sistemi di pulizia** dove **40 presse a iniezione**, unite a **230 stampi, 28 robot, 6 caroselli e 7 isole automatizzate** realizzano le parti plastiche, quali i secchi e gli strizzatori dei sistemi lavapavimenti, i corpi scopa e i manicotti;
- l'altra destinata alla realizzazione delle **scope**. In questo caso, si parte da milioni di piccole scaglie ottenute dalla macinatura di bottiglie di plastica provenienti da una società del Gruppo Freudenberg, che una **linea semi automatica da 200-300 kg/ora dedicata all'estrusione**





SCAGLIE OTTENUTE DALLA MACINATURA DI BOTTIGLIE DI PLASTICA E UTILIZZATE PER LA REALIZZAZIONE DELLE FIBRE DI ALCUNI MODELLI DI SCOPE VILEDA, CHE UN ESCLUSIVO PROCESSO PRODUTTIVO RENDE DI ALTA QUALITÀ E RESISTENTI NEL TEMPO.

di fibre trasforma in fibre plastiche.

Ogni anno, presso lo stabilimento, vengono **lavorati i fiocchi di circa 97 milioni di bottiglie in PET e trasformati in setole per le scope.**

Per la produzione di alcuni modelli di scope Vileda, lo stabilimento impiega la tecnologia chiamata anchor free, proprietaria di FHP, che dimostra anche in questo caso la vocazione dell'azienda all'innovazione.

SOSTENIBILITÀ: UN IMPEGNO OGNI GIORNO

La sede di Roncello (MB) si distingue per un'immagine all'avanguardia e sempre attenta all'ambiente e alle persone.

Una realtà che esprime perfettamente **sviluppo tecnologico, efficienza produttiva e consolidato impegno verso un modello di business sempre più sostenibile.**

Questo stabilimento avvia ogni giorno importanti iniziative in grado di soddisfare contemporaneamente **efficacia ambientale ed efficienza economica**, consapevole della propria responsabilità nei confronti del pianeta e quindi delle persone che lo vivono.

Un importante passo, avvenuto lo scorso anno a sostegno della lotta contro il cambiamento climatico, è stato la conversione degli impianti alla produzione di energia proveniente da fonti rinnovabili, **100% Green Energy**, per ridurre le emissioni energetiche e aumentarne l'efficienza. Altro esempio dell'attitudine green del

sito è la costante ricerca di nuove tecnologie per dare a sempre più plastica una seconda vita. Alcuni prodotti Vileda realizzati a Roncello, infatti, sono anche certificati da **"Plastica Seconda Vita"**, il sistema di attestazione ambientale di prodotto dedicato ai materiali e ai manufatti ottenuti dalla valorizzazione dei rifiuti plastici rilasciata da **IIPR= Istituto Italiano Plastiche Riciclate.**

LOVE IT CLEAN

Per FHP la sostenibilità rappresenta un criterio chiave per l'innovazione e si concentra su tre tematiche chiave: **progettare prodotti di alta qualità che durino a lungo, incrementare la percentuale di materiale riciclato e ridurre gli sprechi.**

In particolare, si impegna a ridurre continuamente la quantità del materiale di confezionamento utilizzato a parità di prestazioni, sostituire materie prime vergini con materie prime riciclate, convertire imballaggi non riciclabili in riciclabili ed eliminare eventuali over-pack. L'insieme di queste azioni e impegni rivolti alla sostenibilità e all'economia circolare dell'azienda sono alla base dell'**iniziativa corporate "Love it Clean"**, che contribuisce a diffondere la cultura di responsabilità sociale d'impresa di FHP. Il progetto si concretizza con prodotti Vileda che rispondono a una serie di criteri definiti dall'azienda



in termini di sviluppo sostenibile, aiutando in questo modo il consumatore a orientarsi verso scelte di acquisto più consapevoli; i prodotti che ne fanno parte sono identificati con un logo verde e un cuore bianco - che rappresenta l'unione della "V" del brand e dei suoi valori con il simbolo del riciclo - posizionato sui pack, un chiaro richiamo a una scelta sostenibile.

Tra questi rientrano i sistemi lavapavimenti **Revolution e Turbo smart** che oltre a contenere, rispettivamente, più del 40% e 30% di plastica riciclata, propongono ricambi in microfibra lavabili più e più volte in lavatrice, senza inficiare sulle performance di pulizia e riducendo al contempo gli sprechi. Il **sistema lavapavimenti Vileda 1-2 Spray Max** che permette di lavare i pavimenti limitando il consumo di acqua e detersivi, riducendo gli sprechi rispetto a prodotti usa&getta grazie al sistema di erogazione spray e al panno lavabile in lavatrice fino a 200 volte; i **panni Vileda Microfibre 100% recycled** realizzati per il 100% da PET riciclato ricavato dalle bottiglie

di plastica e venduti in una confezione composta di carta riciclata per oltre il 90%; i **sacchi immondizia Vileda Ecobag 100% Riciclato**, il cui processo produttivo utilizza plastica riciclata da post-consumo, che rende i sacchi non solo riciclati ma anche riciclabili.

IL FUTURO

Le parole chiave per il futuro? Innovazione, sostenibilità, agilità, digitalizzazione e customizzazione. E, per esempio, ridurre lo scarto di plastica del 20% entro il 2025.

www.vileda.it



**Diamo energia
al tuo business.**

**Viglietta Guido
Servizio & Qualità**

luce**Q**uadra

CFG
1808

**NERO
CALAMITO LED**



**CALAMITO
LARGE**



RANGER



**MINI
WORKING
LIGHT**



NERO LED SLIM



POCKET LED



TORCE CON BATTERIE DURACELL INCLUSE

POWERED BY



BATTERIE INCLUSE

ROBOTO



DEFENDER



DIVING SLIM



DIVING



DISCOVER HEAD LIGHT



TOUCH HEAD LIGHT



NERO LED 3



NERO LED 5



Sicurezza dentro e fuori casa

Quando la casa, il centro del nostro mondo, è al sicuro, siamo molto più tranquilli. Deve quindi essere scelto tutto ciò che possa renderla veramente inattaccabile, sia per ciò che contiene sia per la sicurezza delle persone. Ecco quindi che dai dispositivi antintrusione alle serrature delle porte d'ingresso, dalle casseforti ai lucchetti, ci sono tante soluzioni a cui affidarsi.

di Anna TONET

1CONTROL

www.1control.eu

1Control trasforma l'arrivo a casa in un'esperienza unica, aggiungendo alla sua gamma di apricancelli smart la

serratura elettronica Dory, l'unica al mondo che consente di aprire la porta sia con lo smartphone sia con la chiave tradizionale, con una batteria che dura più di un anno. Garantisce massima sicurezza, con la possibilità di verificare tutti gli accessi effettuati e abilitare/disabilitare l'apertura della porta anche da remoto.

Dory è compatibile con tutte le porte - anche blindate - che montano il cilindro europeo standard, e ha diverse lunghezze disponibili.



DEFENCE SYSTEM

www.defencesystem.it

Blocca finestra con dispositivo antintrusione.

Airlock blocca gli intrusi perché è a prova di scasso. La versione

con chiave, inoltre, è stata appositamente studiata per prevenire le cadute dalle finestre, rendendolo un prodotto ideale per scuole, ospedali, case di riposo ecc.

Airlock può essere quindi utilizzato come una vera serratura per finestre. Costruito totalmente in metallo e dotato di chiave con cifratura unica. Fissaggio con viti in acciaio rinforzate e placche copriviti.

Si sblocca solamente dall'interno con infissi a battuta.

Per finestre e persiane a 1 e 2 ante.



DISC

www.disc.it

Si chiama Smart Lockxy, blocca la serratura in caso di effrazione, picking o bumping del cilindro ed è l'ultima novità lanciata da Disc. Il sistema rileva la presenza estranea alla chiave nel cilindro e tutte le informazioni vengono inviate allo smartphone, che notificherà l'allarme. Inoltre, sempre dallo smartphone, si può sapere lo stato della porta: se è aperta, chiusa o se sono state fatte mandate sulla serratura.

Smart Lockxy può rilevare tutte le entrate e le uscite e può bloccare e sbloccare la serratura. Il blocco della serratura può essere controllato da Alexa o Google Home.

Questo sistema è stato progettato sia per porte blindate sia per porte in legno.



CISA

www.cisa.com

Cisa Domo Connexa è la nuova serratura motorizzata che trasforma la porta blindata in una Smart Door. La soluzione si integra con gli assistenti vocali e i sistemi di domotica ed è controllabile da remoto sia da smartphone sia da piattaforma web. La serratura combina i massimi livelli di sicurezza con numerose funzioni per lo smart living tra

cui: monitoraggio dello stato della porta da remoto; apertura tramite smartphone e device Bluetooth®; apertura automatica in prossimità della porta; creazione e invio di credenziali d'accesso a terze parti; storico degli accessi.



DIERRE

www.dierre.com

La linea Star è dotata di telaio frontale con profilo in acciaio e serratura a doppia mappa da 2 a 5 pistoncini di chiusura. Star è costruita in un unico blocco, in diverse misure (da 19x27, 5x15 fino a 60x48x26,5 cm) e modelli che si differenziano per il grado di sicurezza.

Cuore del meccanismo di protezione la serratura a doppia mappa di ultima generazione, caratterizzata dal brevetto di sostituzione MIA. In foto, il modello StarPlus con piastra di acciaio al manganese a ulteriore protezione del battente, in 3 versioni: con chiave; a combinazione; con chiave e combinazione.



FRASCHETTI

www.fraschetti.com

Lucchetto Brixo Twist, con meccanismo di bloccaggio con chiave a perno integrato. Il cavo in acciaio flessibile è antitaglio. Il cilindro della serratura è in acciaio inossidabile antiruggine. Il cavo è avvolto con rivestimento in PVC impermeabile. Grazie alla staffa di montaggio, può essere riposto comodamente sulla bici.

Design flessibile con cavo a spirale. Pensato per la bici, può essere utilizzato anche per moto, skateboard, scooter, cancelli e recinzioni, griglie e tosaerba, attrezzature sportive e altro.



FRATELLI VITALE

www.fratellivitale.com

Lucchetto di sicurezza monoblocco Utilia Security. La sua composizione in acciaio monoblocco assicura estrema solidità e lo rende particolarmente resistente al taglio, alla foratura, alla rottura e alla corrosione da parte degli agenti atmosferici. Garantisce il massimo della sicurezza grazie al sistema antiscasso e al corpo solido: è ideale per la chiusura di serrande e cancelli o per difendere con una catena moto, scooter e bici. Il cilindro interno, completamente protetto dal corpo, è in ottone ultra-resistente. È disponibile nelle due dimensioni da 84 e 94 mm. In dotazione sono previste cinque chiavi punzonate e sono disponibili anche chiavi punzonate di ricambio firmate Utilia Security.



Foto: Technomax

IRON MINT

www.ironmint.it

IronMint, punto di riferimento per il mercato sicurezza e ferramenta del Fai Da Te in Italia, dispone nella propria gamma di diverse soluzioni di controllo accesso, tra cui i cilindri elettronici. Questi particolari tipi di cilindri garantiscono un elevato standard di sicurezza grazie alla possibilità di tener traccia degli accessi, di permettere accessi temporizzati e offrono diverse soluzioni di apertura: chiave elettronica, tag o applicazione per smartphone. IronMint è rivenditore ufficiale dei marchi Cisa, Iseo e DOM CR.



Foto: Silca

ISEO SERRATURE

www.iseo.com



Nuovo sistema brevettato R500 SPI. La peculiarità della chiave è rappresentata dall'innovativo PIN SPI che protegge dai tentativi di duplicazione illecita. È disponibile con cappuccio removibile in diverse colorazioni (lunghezza del collo della chiave 18 mm) oppure costampata in versione bicolore (lunghezza del collo della chiave 20 mm). Il cilindro R500 SPI (in foto) è dotato di dispositivi antitrapano e di tre file di cifratura. Inoltre è possibile scegliere tra una versione compact o modulare per adattarsi a tutte le tipologie di porte di sicurezza. Il sistema di chiusura brevettato R500 SPI risponde ai più alti standard di sicurezza richiesti sia da aziende sia da privati ed è adatto per essere installato su tutte le porte blindate.

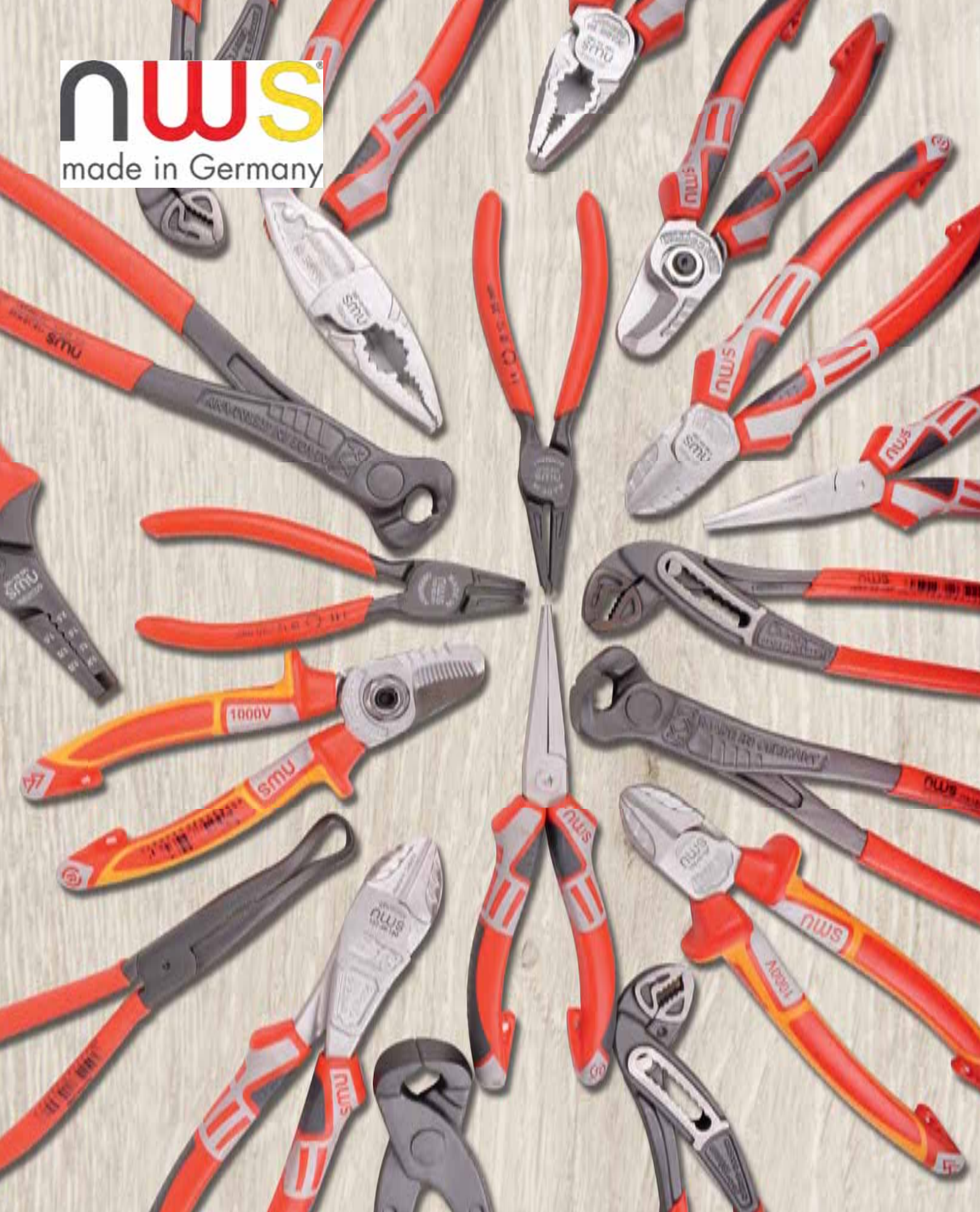
METALY

www.metalpy.eu

Bloky è un sistema antintrusione che blocca saldamente le ante, anche scorrevoli, di: finestre, persiane, antoni, scuroni, cancelletti, sportelli di furgoni e caravan. Ideale anche per la sicurezza dei bambini, consente la chiusura di armadi, cassetti per farmaci, detersivi, utensili pericolosi ecc. Disponibile nelle finiture: bianco, bronzo, argento e grafite, in serie di 4 coppie con chiave unica cifratura. Brevettato e 100% Made in Italy.



nws
made in Germany



REIT SPA
Via Palladio, 1
35010 S. GIORGIO IN BOSCO (PD) - IT
Tel. +39 049 9450259 / 9450700
Fax. 049 9450672

 www.reit.it  info@reit.it
 375 5314891
   

MOTTURA

www.mottura.it

La nuova Serie 82 comprende serrature per porte blindate con ingranaggio puro, predisposte per il cilindro europeo. Il cuore a ingranaggi ne rende più semplice il montaggio e contemporaneamente l'azionamento delle mandate con la chiave risulta più fluido. Sono completamente reversibili e in particolare il mezzogioco può ruotare su se stesso permettendo di variare la mano di apertura da DX a SX con la sola rotazione manuale dello scrocco. Il fissaggio del cilindro di testa e quello frontale sono presenti entrambi sulla serratura. La gamma prevede le versioni Mottura singole e doppie, con o senza limitatore, compatibili con i modelli più diffusi sul mercato. Tutte le serrature della serie 82 sono testate e certificate secondo la norma UNI EN 12209:16.



STARK

www.starksafes.com

Serie 1800, nuova linea di cassaforti a muro con serratura a chiave doppia mappa (disponibile anche con serratura motorizzata digitale) e con spessore da 10 mm a un prezzo molto competitivo. Le caratteristiche costruttive sono le solite che da decenni rendono l'azienda sinonimo di qualità: Taglio Laser high-tech, luce di taglio di soli 2/10 mm, apertura a tutto vano, cerniera di forte spessore ancorata al frontale, saldatura robotizzata ad alta resistenza, Battute Anti-Sfondamento nella cornice, alette di Ancoraggio sui 4 lati, ripiani sempre removibili, verniciatura epossidica con doppia fosfatazione.



SILCA

www.silca.biz

Stem by Silca è una gamma di lucchetti ampia e versatile per ogni esigenza di sicurezza, comprendendo lucchetti in alluminio per borse da viaggio, solidi lucchetti a baionetta per serrande e molti altri. Tutti i lucchetti sono confezionati in pratici blister di plastica, per un'agevole identificazione dell'articolo e un'ottimale esposizione su ganci da parete.



I lucchetti sono realizzati con materiali di elevata qualità e sono progettati per garantire la massima sicurezza: chiusura in acciaio temprato cromato; finiture resistenti all'usura; sistema a doppia chiusura; molle in acciaio inox; pistoncini anti-manipolazione.

SWANN

www.swann.com

L'azienda australiana ha sviluppato un sistema "fai da te" grazie al quale in 5 minuti si installa un sensore su porte e finestre. I sensori si collegano al cellulare e al wifi tramite l'app gratuita Swann Security e sono immediatamente operativi. Quando rilevano l'apertura di un serramento inviano una notifica allo smartphone, ma si può scegliere anche di integrare una sirena per ricevere un allarme sonoro a ogni tentativo di intrusione. In ogni momento è possibile aggiungere nuovi sensori, non solo perimetrali ma anche di movimento o per controllare eventuali perdite d'acqua, che si attivano e disattivano sempre dal cellulare. Lo stesso che può governare anche tutte le telecamere di sorveglianza presenti nel catalogo Swann.



Foto: Metaly






La più ampia gamma di accessori auto e camion



LEADER MONDIALE
PER LA CURA DELL'AUTO

TurtleWax®



I prodotti  sono distribuiti da LAMPA S.p.A.



Interni



Tappeti



Coprisedili



Esterni



Elettrici



Lampadine



Decorazioni



Car care



Tergicristallo



Portaggio



Ruote



Garage



Foto: Cisa



TECHNOMAX

www.technomax.it

La porta delle casseforti della nuova serie Gold Plus è dotata di inserti speciali Diamantech che offrono una resistenza agli attacchi mediante l'utilizzo di dischi da taglio conforme, anzi maggiore, agli standard della EN 14450: 18-S2. Il fissaggio della serratura è rinforzato e i profili speciali in acciaio posti sulla serratura, offrono una maggiore resistenza al tentativo di apertura con strumenti a leva. Optional della serie elettronica l'allarme anti-coercizione, che in caso di apertura sotto minaccia della cassaforte, invia un segnale al sistema d'allarme domestico attraverso un apposito cavo preventivamente collegato al circuito elettronico.



VALEX

www.valex.it

Cassaforte a incasso dotata di serratura meccanica con chiusura a doppia mandata. Le alette di ancoraggio sui 4 lati consentono di fissarla saldamente sulla parete in funzione antistrappo. Caratterizzata da dimensioni contenute, 210x310x155 mm, e con un ripiano interno per organizzare meglio lo spazio. Lo spessore della parete frontale è invece di 8 mm. La cassaforte viene fornita con due chiavi in dotazione. Nella gamma Valex sono presenti anche una cassaforte da incasso a serratura elettronica digitale, e una da armadio, sempre a serratura digitale.

YALE

www.yalehome.com/it/it

Sync Smart Home Alarm è un sistema di allarme domestico che garantisce la massima tranquillità quando si è fuori casa. Controllabile tramite l'app Yale Home, l'allarme può essere collegato a un massimo di 40 accessori per un sistema di sicurezza personalizzato.

L'allarme funziona con Philips Hue, Alexa e Google Assistant, oltre a integrarsi con la gamma di telecamere intelligenti per interni ed esterni Yale per un'esperienza ancora più connessa. Inoltre, il raggio d'azione potenziato di Sync, pari a 200 metri, consente di proteggere anche le pertinenze come i garage.



ISSALINE

YOUR WORK MATTERS

EXTREME SHOES NOVITÀ 2022



46300 EXTREME
EN ISO 20345 S3 SRC ESD
METAL FREE



46200 EXTREME STRETCH SLIP ON
EN ISO 20345 S3 SRC ESD
METAL FREE



44400 EXTREME STRETCH SLIP ON
EN ISO 20345 S1P SRC
METAL FREE



44220 EXTREME
EN ISO 20345 S1P SRC ESD
METAL FREE



44210 EXTREME
EN ISO 20345 S1P SRC ESD
METAL FREE



 **INDUSTRIAL STARTER**
ANTINFORTUNISTICA



Per maggiori informazioni consulta il sito industrialstarter.com

PART OF THE  GLOBAL FAMILY



Gli italiani riscoprono l'outdoor e i bbq

Anche a seguito della pandemia, le vendite di soluzioni per la vita all'aria aperta sono aumentate nel 2021. I barbecue hanno sviluppato un giro d'affari di quasi 100 milioni di euro.

Ce ne parlano i principali produttori di barbecue.

Gli investimenti per il miglioramento dell'abitazione che hanno impresso una spinta al mercato dell'outdoor nel 2020 sono proseguiti anche nel 2021. Anche il comparto dei barbecue ha tratto giovamento da questa situazione e ha sviluppato un giro d'affari stimabile in circa 95 milioni di euro con prezzi al consumatore, pari a oltre 600.000 barbecue venduti.

"Il 2021 è stato un anno importante per il settore giardino - spiega **Chiara Palazzetti**, direttrice marketing e comunicazione di **Palazzetti** -. I consumatori hanno confermato l'interesse verso i nostri prodotti e verso gli investimenti nella propria casa più in generale. Le minori restrizioni hanno sicuramente agevolato le visite nei punti vendita e, di conseguenza, gli acquisti".

"Nel 2021 le vendite sono aumentate - dichiara **Davide Apollonio**, Ceo di **Ferraboli** -. Noi abbiamo registrato un super +35%, dovuto a un incremento nelle unità di vendita e un aumento di qualità e quindi di valore dei barbecue". "Le vendite sono aumentate per noi a doppia cifra nel 2021 - conferma **Federico Levrieri**, direttore vendite Italia di **Kemper** -. parliamo quindi dei barbecue portatili a gas relativi alla nostra gamma. Stiamo riscontrando un sempre maggior successo dei nostri prodotti portatili perché possono essere utilizzati da tipi diversi di consumatore: sia il privato che può grigliare all'esterno dell'abitazione se non ha tanto spazio, sia il cliente che ne fa un utilizzo più da campeggio".

I barbecue a gas risultano in leggera

crescita rispetto alle soluzioni a carbone ed elettriche: nel 2021 sono stati venduti circa **180.000 barbecue a gas** (30% sul totale dei volumi), pari al **54% del fatturato sviluppato dal comparto**.

"Nella stagione 2021, **Pvg Italy** ha continuato a registrare un trend positivo, in continuità con quanto accaduto durante le scorse stagioni - affermano dall'ufficio marketing di **Pvg** -. Il comparto a gas resta la scelta principale dei nostri clienti, che comunque dimostrano di apprezzare anche il segmento a carbone per la sua versatilità e facilità di uso".

ASPETTATIVE PER IL 2022

Le previsioni per il 2022 sono rosee ma condizionate dall'instabilità economica e dall'aumento generalizzato di materie

Perchè le tue mani si meritano il meglio!



Scopri l'innovativo
PROGRAMMA NETTUNO
per **MANI** sempre **PULITE E PROTETTE**

①
PROTEGGI



②
LAVA



③
IDRATA



PROGRAMMA COMPLETO
DI **PREVENZIONE** PER LE
MALATTIE PROFESSIONALI

prime, trasporti ed energia iniziato già nel 2021.

“Gli aumenti li subiamo tutt’ora e sono stati aumenti fortissimi - spiega **Davide Apollonio di Ferraboli** -. Da un lato sono serviti a riportare valore al mondo dei barbecue che troppo spesso venivano svenduti. Nella seconda parte del 2022 ci aspettiamo una riduzione dei costi, anche se lenta”.

“Purtroppo l’aumento dei costi delle materie prime e dei trasporti per i prodotti che arrivano dal Far East incidono notevolmente anche per quanto riguarda questa gamma di prodotti - afferma **Federico Levrieri di Kemper** -. È inevitabile che anche in questo settore stiamo assistendo a incrementi di costo percentuali a doppia cifra”.

L’impegno dei produttori è quello di calmarare gli aumenti dei prezzi ed evitare effetti inflazionistici ai danni dei consumatori. Ma la situazione di incertezza, acuita dal conflitto in Ucraina, rende difficile qualsiasi previsione.

“Abbiamo forti partnership con i nostri fornitori - dichiara **Chiara Palazzetti di Palazzetti** - e il continuo dialogo con loro ci sta permettendo di riuscire a mantenere la continuità delle forniture. È comunque un momento molto complicato che ci vede molto impegnati ogni giorno”.

“Il lavoro svolto dal gruppo durante gli scorsi mesi ci consentirà di rispondere in maniera positiva alle richieste del primo trimestre del 2022 - confidano dall’ufficio marketing di **Pvg** -. La tendenza dei costi è tuttavia in aumento ed è verosimile pensare a un incremento dei prezzi. L’impegno della nostra azienda è comunque mirato a contenere al massimo le variazioni, così da limitare eventuali conseguenze negative sia sul fisico sia sull’online”.

VINCE IL NEGOZIO “FISICO” MA L’E-COMMERCE CRESCE

La maggior parte dei barbecue venduti in Italia viene veicolata dai negozi specializzati “fisici”. Nel 50% dei casi l’acquisto viene effettuato in un centro giardinaggio o un diy store, ma c’è spazio anche per le ferramenta (19%) e la Gdo (14%).

L’e-commerce rappresenta meno del 20% delle vendite totali, anche se va sottolineata la costante crescita rispetto al 6% di cinque anni fa. Così come non



Nel 50% dei casi l’acquisto di un barbecue viene effettuato in un centro giardinaggio o in un diy store, ma c’è spazio anche per le ferramenta (19%) e la Gdo (14%). L’e-commerce rappresenta meno del 20% delle vendite totali, anche se va sottolineata la costante crescita rispetto al 6% di cinque anni fa.

dobbiamo sottovalutare che il primo plus dell’e-commerce è il prezzo basso, quindi una quota di mercato a valore del 17% genera maggiori vendite a volume.

Viene da domandarsi: il rapporto “umano” conta ancora all’atto dell’acquisto di un barbecue o il consumatore bada solo al prezzo?

“Il rapporto umano e il toccare con mano i prodotti contano eccome in questi anni - sostiene **Davide Apollonio di Ferraboli** -. I prodotti di medio/alto valore se non conosciuti e replicati in serie richiedono esposizioni consone ed efficaci”.

“I punti vendita sono canali in cui è importante la versatilità del prodotto e una gamma varia - conferma **Chiara Palazzetti di Palazzetti** -, che possa acccontentare tutte le diverse esigenze. In **Palazzetti** agevoliamo l’esposizione dei prodotti nei punti vendita e creiamo il materiale espositivo anche su misura per i clienti. Per noi è importante che i prodotti siano corredati di tutto ciò che serve per essere compresi al meglio”.

Va considerato infatti che **dietro la parola “barbecue” si cela una categoria**

di prodotto ampia e profonda, che spazia dai modelli a gas più sofisticati e costosi fino ai barbecue per campeggio. Senza considerare le importazioni dall’estremo oriente, rese però ultimamente meno convenienti dai recenti aumenti dei trasporti via nave.

“È molto importante l’assistenza da parte di un rivenditore specializzato, specie sui barbecue di fascia alta - spiega **Federico Levrieri di Kemper** -. Per gli altri modelli, come i nostri portatili, sicuramente le vendite sono facilmente gestibili anche in altri modi”.

Quando parliamo di “e-commerce” non alludiamo soltanto ai grandi marketplace e ai pure players ma anche a tanti rivenditori specializzati “fisici” che, spinti anche dalla pandemia, stanno investendo nell’e-commerce o meglio nell’interazione della rete con i servizi offerti nel punto vendita in una logica omnicanale.

“**Pvg** ha fornito un supporto importante attraverso il canale online e tramite il servizio di dropshipping, il tutto in un rapporto di sinergia con i propri rivenditori - spiegano dall’ufficio marketing di **Pvg** -. Un’esperienza positiva, seppur nata in un contesto difficile, che è nostra intenzione mantenere, poiché ci ha permesso di rafforzare ancora di più le nostre collaborazioni. Riteniamo che tale scenario avrà anche in futuro un impatto importante sul comportamento dei consumatori che, grazie all’omnicanalità, potranno beneficiare di un’offerta di servizi ancora più completa”.

ROSI

Adattatore EMILIA FLAT

ADATTATORE ULTRA-PIATTO





Mai più problemi di spazio

Nessun angolo è troppo stretto per Emilia Flat. Nasce in casa Rosi il nuovo adattatore ultrapiatto progettato pensando proprio a quella presa irraggiungibile dietro al mobile. Azzeri gli ingombri con un design ergonomico unico sul mercato e collega qualsiasi dispositivo senza sprechi di spazio. Energia in pochi millimetri.

ADATTATORE ULTRA-PIATTO

Ref.	A	P	📦
RS7710B	10	3	25/300 Sfuso-etichettato
RS7710N	10	3	25/300 Sfuso-etichettato

 10A 2P+T 250V
1x P11

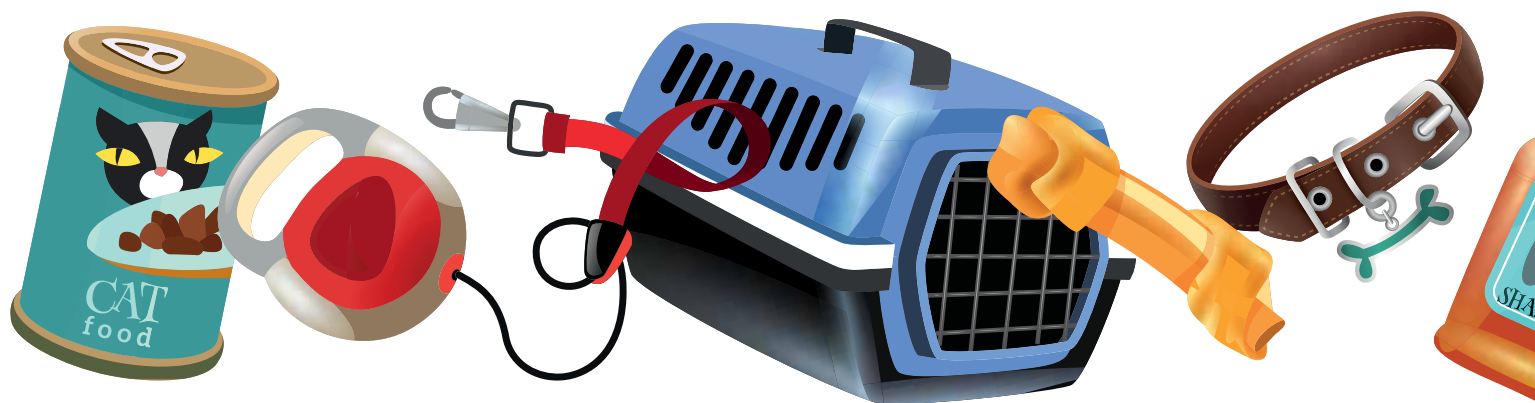
 10A 2P+T 250V
90° SPA11



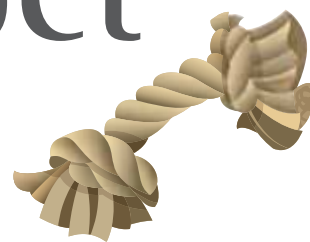
ROSI

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

Semplifica la tua vita



Ancora in crescita il mercato del pet in Italia



Il mercato del pet italiano continua a vivere una crescita inarrestabile: è quanto rivelano le anticipazioni del nuovo Rapporto Assalco-Zoomark, giunto alla sua quindicesima edizione.

Durante la conferenza stampa di presentazione della prossima edizione di **Zoomark International**, che si terrà nel quartiere fieristico di Bologna dal 15 al 17 maggio 2023, è stato presentato il nuovo rapporto Assalco-Zoomark relativo al mercato del pet in Italia.

La conferenza stampa si è svolta a Norimberga, dove ha avuto luogo **Interzoo**, l'altra manifestazione b2b del mondo del pet che si svolge ad anni alterni rispetto a Zoomark.

IL CIBO PER ANIMALI TRAINA IL MERCATO DEL PET ITALIANO

Nel periodo 2007-2021 il mercato italiano dei prodotti per l'alimentazione di cani e gatti ha più che raddoppiato il fatturato, passando da 1.163 a 2.533 milioni di euro, con un tasso di crescita medio annuo delle vendite a valore del +5,7%. Secondo i dati Iri, rispetto al 2020 l'incremento del fatturato complessivo è pari al 7,1% e quello dei volumi al 5%.

L'accelerazione che questa crescita ha subito negli ultimi due anni è riconducibile anche al maggior numero di adozioni di cani e gatti coincisa con la fine

del primo lockdown del 2020. L'aumento del numero di proprietari si è tradotto in una crescita consistente delle famiglie acquirenti di alimenti per cani e gatti, che hanno raggiunto quota 12,2 milioni: circa 1 milione in più rispetto all'anno precedente, per lo più costituite da giovani e di condizione socio-economica medio-alta.

La penetrazione di queste famiglie ha raggiunto il 46,9% del totale delle famiglie italiane (+3,4 punti rispetto allo scorso anno).

I CANALI DI DISTRIBUZIONE DEL MERCATO DEL PET ITALIANO

Rispetto a 15 anni fa, il mercato del pet food vede profondamente mutato il peso del canale specializzato e del Grocery: il primo ha avuto un tasso di sviluppo in valore medio annuo pari a +8,3%, ovvero il doppio del secondo (+4%).

Tra i canali emergenti, si segnalano il Petshop Gdo e il canale online, che ha raggiunto un peso sul totale mercato pari a 2,4%. Sviluppatisi durante l'emergenza sanitaria, l'online ha attirato e fidelizzato nuovi shopper, abbattendo molte barriere culturali e conoscitive.



ve che, fino a un paio di anni fa, sembrava potessero frenarlo.

PIÙ ATTENZIONE AL BENESSERE

La crescita del pet food è sostenuta soprattutto dallo sviluppo dei prodotti premium e superpremium, che sono sinonimo di innovazione e di una sempre maggiore attenzione al benessere dei pet.

Quello dei prodotti per l'igiene, i giochi e gli accessori è un mercato estremamente vitale, che ottiene ottime performance in Gdo (+5,8% rispetto al periodo precedente). Il segmento più dinamico si conferma quello delle lettiere, con una crescita del 5% nell'anno terminato a dicembre 2021.

IL RAPPORTO UOMO-PET NEGLI ULTIMI 15 ANNI SECONDO BVA-DOXA

Negli ultimi 15 anni, il rapporto tra uomo e animali da compagnia ha subito una profondissima evoluzione. L'indagine sui proprietari italiani di pet

condotta da BVA-Doxa per il Rapporto Zoomark-Assalco 2022 conferma la crescente attenzione da parte dei proprietari agli aspetti di cura, salute e benessere dei loro animali d'affezione.

Ecco alcune delle principali risultanze della ricerca, raccolte lo scorso aprile attraverso interviste online a un campione di mille individui tra i 35 e i 74 anni.

MEMBRI DELLA FAMIGLIA

Dalle risposte degli intervistati emerge come gli animali da compagnia siano sempre più equiparati a membri della famiglia a pieno titolo.

Per l'85% dei proprietari, gli animali da compagnia partecipano a tutto quello che accade in famiglia. Da evidenziare che tale percentuale non è attribuita ai soli proprietari di cani, ma è trasversale anche a chi ha gatti e altri tipi di pet.

PIÙ CURA NELL'ALIMENTAZIONE

Se il modo di nutrire i pet è cambiato rispetto al passato, lo si deve anche a una maggiore consapevolezza delle

esigenze nutrizionali degli animali da compagnia. È ormai risaputo che l'improvvisazione di un'alimentazione fai da te può essere dannosa, mentre la cura dell'alimentazione è sempre più considerata una dimostrazione di affetto al proprio pet.

PIÙ RICERCA E INNOVAZIONE NEGLI ALIMENTI INDUSTRIALI

Quando si parla di alimentazione, i proprietari di pet percepiscono che negli ultimi 15 anni c'è stata un'evoluzione e riconoscono i progressi fatti dalle aziende. In particolare, il 90% dei rispondenti ritiene che ci siano maggiore ricerca e innovazione da parte delle imprese del pet food e l'89% trova gli alimenti industriali più pratici rispetto a 15 anni fa.

PIÙ TEMPO INSIEME

Secondo l'89% degli interpellati, rispetto a 15 anni fa, proprietari e animali da compagnia passano più tempo insieme, anche fuori casa: sono, infatti, sempre più numerosi i luoghi che permettono l'accesso agli amici a quattro zampe e, in proporzione, non sono trascurabili le percentuali di chi afferma di portare con sé il proprio pet in vacanza.

IGIENE E GIOCO

Cresce, inoltre, il tempo dedicato agli animali da compagnia per le attività ludiche, le coccole, ecc., e alla scelta di prodotti adeguati alla cura, quali i prodotti per l'igiene e i giochi. ●





Legno-arredo: i numeri del comparto

Tutti i numeri della filiera legno-arredo, che ha registrato numeri positivi sia nel 2021, sia nel primo trimestre del 2022: c'è però incertezza sull'autunno, ovviamente a causa della delicata situazione internazionale.



Il 2021 della filiera legno-arredo è stato sorprendentemente al di sopra delle aspettative, con un **fatturato complessivo che supera i 49 miliardi di euro, di cui 18 destinati all'export**, oltre 290mila addetti e 70.000 imprese (che rappresentano rispettivamente il 7,7% e il 15% sul totale nazionale), un saldo commerciale attivo pari a 8,2 miliardi di euro e un fatturato alla produzione aumentato in valore del 14% sul 2019.

Numeri che sanciscono lo stato di salute di un settore fatto di aziende, spesso piccole, che nonostante le difficoltà degli ultimi due anni, hanno continuato a investire e a guardare con fiducia al futuro.

Spiega **Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo**: "È inutile negare che lo sguardo dei nostri imprenditori e di tutta la filiera è già rivolto alla seconda metà dell'anno, iniziato in un clima di incertezza dovuto al conflitto ucraino, le cui conseguenze temiamo possano palesarsi proprio all'inizio dell'autunno. Ad oggi, infatti, stando alle rilevazioni dell'ultimo Monitor realizzato dal nostro Centro Studi su un campione di aziende associate, il trimestre gennaio-marzo 2022 si è chiuso con un buon andamento delle vendite (+24,5%), che ha riguardato sia il mercato interno (+27,2%) sia le esportazioni (+21%).

Anche il macrosistema arredamento ha registrato un aumento del 20% sia per le vendite del mercato interno che per l'export: variazione positiva che abbraccia tutti i sistemi, pur essendo più marcata

per l'arredamento. Rispetto al 2021 i primi indicatori evidenziano persino un progressivo recupero anche del contract che più di altri aveva sofferto negli anni della pandemia. Ma sono troppe le variabili in campo e immaginare che la domanda rimanga effervescente come adesso, rischia di risultare irrealistico. Oltre al fatto che è ancora prematuro valutare se, e quanto, questi risultati siano reali o conseguenza dei ritocchi dei listini applicati per contenere l'incidenza dei costi energetici e delle materie prime. Volgendo lo sguardo oltre confine - sottolinea Feltrin - l'export al momento sembra risentire in maniera ancora marginale del conflitto in corso, tanto che i principali mercati di destinazione dei nostri prodotti sono cresciuti a ritmi sostenuti: gli Stati Uniti, terzo mercato di esportazione registrano +28,3%, il Regno Unito +30% e la Svizzera +29,8%. Bene anche l'Europa con i primi due mercati di sbocco Francia e Germania rispettivamente a +9% e +18,6%. Però si iniziano a intravedere piccoli segnali di rallentamento di cui dobbiamo tener conto.

Sul mercato nazionale, una volta esauriti gli ordini già acquisiti, le imprese si attendono un rallentamento del trend attuale. Non vanno infatti sottovalutate - specifica Feltrin - le conseguenze dell'effetto inflattivo dei costi energetici e non solo sul potere d'acquisto delle famiglie e sulla loro propensione alla spesa, che è ragionevole pensare possa rallentare nel corso dei prossimi mesi".

Un sentiment che trova riscontro anche in

altri indicatori economici, a partire da quelli elaborati dall'Istat secondo cui, dopo lo slancio dell'export di gennaio verso i Paesi Extra UE, già a febbraio e marzo si registrano i primi segnali di rallentamento con un passaggio dal +30% al +20%. Fenomeno imputabile sia al mercato russo che pesa per il 2,7% del nostro export (marzo -7,3%) che a quello cinese che scende dal +26,3% di gennaio e dal +17,1% di febbraio scorso al +6% di marzo 2022. All'interno di quel 2,7% di export russo troviamo imprese per le quali quel mercato rappresenta uno degli sbocchi principali, anche se negli anni, con le restrizioni in vigore dal 2014, hanno progressivamente differenziato i mercati riducendo così la dipendenza da quel Paese, riuscendo a compensare, almeno in parte, le perdite subite. L'effetto del conflitto possiamo quindi dire che stia incidendo in maniera più contenuta in termini di export, mentre incide in modo molto più importante sul fronte dell'import di legname che, come nel caso della betulla, arriva quasi esclusivamente proprio da quei territori. *"Per fronteggiare questo problema che rischia di mettere in seria difficoltà l'intera filiera - spiega Feltrin - il nostro Paese dovrebbe diventare più autonomo e autosufficiente, favorendo una filiera corta che si poggia su una gestione responsabile del patrimonio boschivo, sulla valorizzazione dell'industria di prima lavorazione e contribuisca al contempo a tutelare i territori in termini ambientali, occupazionali e sociali"*.

EXPORT DISTRETTI

La produzione complessiva della filiera legno-arredo nel 2021 si è attestata al di sopra dei 49 miliardi di euro, (4,7% del manifatturiero italiano), di cui 18 miliardi di euro destinati all'export, oltre 290mila addetti e 70.000 imprese (che rappresentano rispettivamente il 7,7% e il 15% sul totale nazionale), con un saldo commerciale attivo di 8,2 miliardi di euro e un fatturato alla produzione aumentato in valore del 14% sul 2019. Il macrosistema arredamento e illuminazione vale 26 miliardi di euro, di cui 13,5 miliardi destinati all'export e 12,5 al mercato nazionale.

A determinare il dato complessivo della filiera è la dinamicità del mercato italiano (+18,4% sul 2019), spinto sia dai bonus edilizi messi in campo dal Governo, ma anche dall'andamento delle esportazioni (+7,3% sul 2019). Basti pensare che nel



2021 sono cresciute in tutte le regioni italiane, confermando il dinamismo dei nostri distretti: Lombardia, Veneto, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna coprono il 75% del valore esportato in quasi 200 Paesi e tra queste regioni è il Friuli-Venezia Giulia a registrare la crescita più consistente (+28,2% sul 2020 +12,9% sul 2019).

La Lombardia risulta al primo posto in Italia per fatturato della filiera pari a 9,6 miliardi di euro e un saldo commerciale di 2,3 miliardi di euro.

8.999 le imprese e 51.533 gli addetti sia nel settore legno che nel settore arredo: la Lombardia risulta prima anche per valore delle esportazioni della filiera, con una quota pari al 29% del totale, per un valore esportato pari a 4,3 miliardi di euro nel 2021 di cui 3,8 miliardi di euro per mobili e illuminazione. Nella produzione di mobili è la provincia di Monza e Brianza ad avere il primato: con 1.354 aziende, 9.681 addetti e un fatturato prodotto di circa 2 miliardi di euro. Quello brianzolo è il distretto che presenta il maggior numero di imprese d'Italia dedicate al settore ed è capace di trainarlo, coprendo oltre il 40% del fatturato totale della regione. Stati Uniti (13%), Cina (11%) e Francia (10%) rappresentano i primi 3 mercati di sbocco dei mobili brianzoli.

Il Veneto, con un fatturato di circa 7,3 miliardi di euro, di cui 5,2 miliardi di

euro per l'arredo, 6.842 imprese e 44.951 addetti è la seconda regione per esportazioni nella filiera legno-arredo (3,7 miliardi di euro nel 2021, di cui 2,9 per mobili e illuminazione) con un saldo commerciale pari a 2,2 miliardi di euro. L'export totale nel 2021 è cresciuto del +15,8% rispetto al 2020 e ha recuperato anche sul 2019 +3,9%. La Francia si conferma, tra le prime 10 destinazioni di export di mobili veneti, il principale mercato di riferimento, in crescita del +24,8% sul 2020 e del +9,9% sul 2019. Continua la crescita (+5% sul 2020) verso la Germania, al secondo posto, ma non ripete l'andamento molto positivo (+13,5%) del 2019. Il Veneto rappresenta con una quota del 40,4% il primo fornitore di mobili in questo paese. Gli Stati Uniti si attestano al terzo posto con un incremento del 9,8 rispetto al 2019.

Treviso è la prima provincia per valore di esportazioni di mobili, 1,8 miliardi di euro nel 2021 con una crescita del +8,9% rispetto al 2020 e dell'1,8% sul 2019.

Le Marche sono la quinta regione per valore esportato di mobili (593,6 milioni di euro nel 2021) con una crescita del 13,2% rispetto al 2020 e del 11,7% sul 2019. Il fatturato totale della filiera è pari a 3,6 miliardi di euro, (2.252 imprese e 19.143 addetti), per un saldo commerciale di 619 milioni di euro.

Mentre quello del distretto del mobile (1.200 aziende e 13.700 addetti) è pari a circa 2,8 miliardi di euro nel 2021 con una crescita del 17,8% sul 2019. Il 79% del fatturato di mobili della regione è dato dalla produzione di cucine pari a 2,2 miliardi di euro, cifra che a livello nazionale tocca i 2,6 miliardi di euro.

La Francia è la prima destinazione delle esportazioni marchigiane di mobili in crescita del 14,1%, mentre crescono in modo significativo le esportazioni verso Germania (+29,7%) e Regno Unito (+37,3%). La provincia che esporta più mobili è Pesaro Urbino che chiude il 2021 a +12,3% (+11,3% sul 19), ma è Ancona a registrare la crescita più significativa (+18,8% sul 20 e +18,1% sul 19).

In Puglia il fatturato della filiera legno-arredo è di oltre 1,5 miliardi di euro, di cui 1,3 miliardi di euro per l'arredo. Con un saldo commerciale di 234 milioni di euro, nella regione operano 2.918 imprese per un totale di 15.473 addetti di cui 10.792 impiegati nell'arredo e 4.681 nel legno. Il 40% della produzione totale di mobili è destinata all'estero con una crescita del 25,8% sul 2019. Gli Stati Uniti si confermano la prima destinazione (+103,6% sul 2019), seguono il Regno Unito (+13,9% sul 19), la Francia (+8,2% sul 19) e la Cina (+20,1% sul 19).

MACROSISTEMA ARREDAMENTO E ILLUMINAZIONE

Il macrosistema arredamento e illuminazione, il cui fatturato alla produzione è pari a 26 miliardi di euro, torna in valore complessivo ai livelli del 2019, superandoli: chiude il 2021 con una variazione del +10,7% sul 2019.

A consentire il recupero, almeno parziale, delle perdite del 2020 è stato in particolare l'andamento delle vendite sul mercato interno, grazie al dinamismo del settore residenziale e al ventaglio di incentivi fiscali a disposizione delle famiglie italiane.

Secondo i dati messi a disposizione dal ministero dell'Economia e delle Finanze, dall'introduzione del bonus mobili nel 2013 fino al 2020, oltre 1,5 milioni i contribuenti, di cui quasi 165.000 nel solo 2020, che ne hanno usufruito, spendendo in arredi 9,56 miliardi di euro. Per contro, non si è assistito al ritorno ai livelli pre-Covid dei sistemi maggiormente connessi con il non residenziale, quali i mobili professionali e commerciali e l'ufficio.

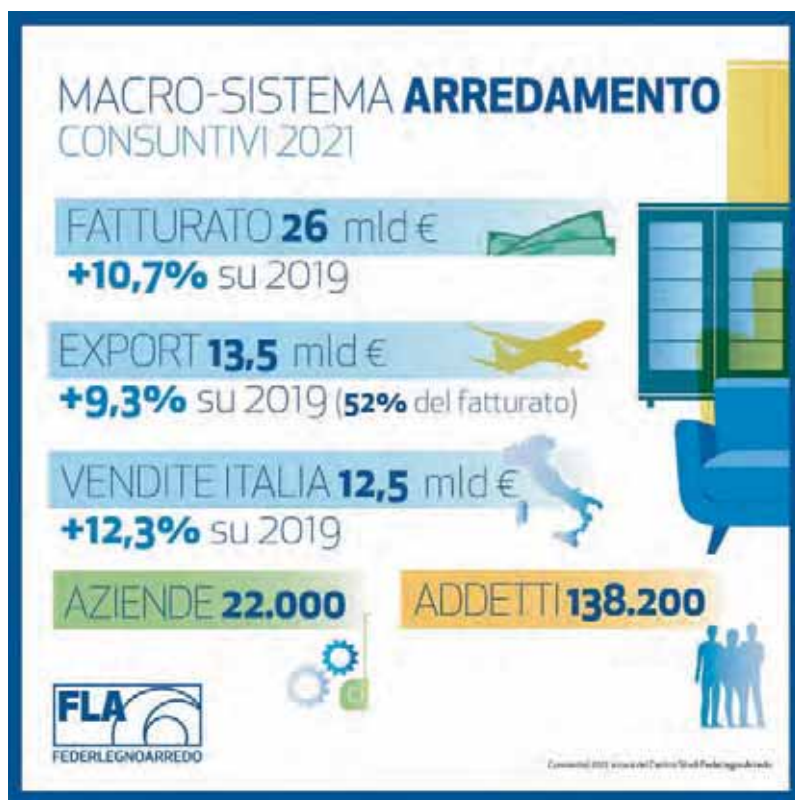
Per quanto riguarda le vendite sul mercato italiano, pari a 12,5 miliardi di euro, il macrosistema arredamento e illuminazione registra un aumento del 12,3%

rispetto al 2019, con un saldo commerciale, di oltre 9 miliardi di euro, dei quali 5,7 relativi al solo sistema arredamento, cresce del +7,2% sul 2019.

Sul fronte delle esportazioni, il 2021 si è chiuso con un export pari a 13,5 miliardi di euro, con una variazione del 9,3% sul 2019. Ad eccezione di Regno Unito e Russia che registrano rispettivamente -1,3% e -4,7% sul 2019), fra le prime dieci destinazioni la Francia si conferma al primo posto con oltre 2 miliardi di euro, assorbe il 16,7% delle esportazioni totali e ha registrato un +15,6% sul 2019. Gli Stati Uniti con 1,5 miliardi di euro, al secondo posto, hanno registrato un +33,7 sul 2019, mentre la Germania con 1,3 miliardi di euro è al terzo posto e ha registrato un +14,1% sul 2019. La Russia si colloca in nona posizione (385 milioni di euro) con un -4,7 rispetto al 2019.

SISTEMA ARREDAMENTO

Nel 2020 il sistema arredamento aveva subito la flessione più contenuta, grazie al ruolo centrale rivestito dalla casa anche e soprattutto dopo l'inizio della pandemia. Nel 2021 i consuntivi hanno confermato il dato positivo, con un aumento del fatturato alla produzione, in valore, equivalente a un +14,5% sul 2019: **il sistema vale così 16,2 miliardi di euro, quasi metà dei quali destinati ai mercati esteri.** Segno positivo sia per le vendite all'estero (+13,3% sul 2019) sia soprattutto per le vendite in Italia (+15,7% sul 2019). Le esportazioni di prodotti del sistema arredamento nel 2021 hanno raggiunto un valore di 7,9 miliardi di euro (il 49% del fatturato alla produzione totale). A contribuire all'aumento sono in particolare Francia, Stati Uniti e, in misura minore, la Germania. La Francia, primo mercato con 1,34 miliardi di euro e una quota del 17% dell'export complessivo del sistema, registra un +21% sul 2019, dopo una flessione più contenuta rispetto alla media nel 2020. Gli Stati Uniti, con 1,16 miliardi di euro sono il secondo mercato (14,7% del totale) che cresce anche nel 2021 (non erano arretrati nemmeno nel 2020), con un +41% sul 2019. Anche in prospettiva, gli Usa si annunciano come il mercato che più sentirà meno degli effetti del conflitto. La Germania, terza destinazione (7,5%



QUANDO SI HA
QUALCOSA DA
DIMOSTRARE
NON C'È NULLA
DI MEGLIO DI UNA
SFIDA.
L'AFFRONTIAMO
OGNI GIORNO
DA OLTRE
50 ANNI.



Corradini Luigi spa | Eurogross srl | Fabrizio Ovidio Ferramenta spa | Franzinelli Vigilio srl | Malfatti & Tacchini srl | Perrone & C. snc | Raffaele spa | Viglietta Guido & C. sas | Viridex srl

9 grossisti associati
290 milioni di € di fatturato sviluppato
140.000 mq. di strutture coperte
60.000 referenze gestite
240 agenti di vendita
20.000 clienti dettaglianti sul territorio nazionale

GIeFFE

gruppo grossisti ferramenta

[www.gruppogieffe.com]

del totale) con 591 milioni di euro, dopo essersi distinta per dinamicità tra i primi 10 Paesi nel 2020, nel 2021 ha incrementato ulteriormente il valore (+14,5% sul 2019).

Dopo un 2020 difficile torna in territorio positivo anche la Cina, quarto mercato, con variazione positiva anche rispetto al 2019 (+11,3%). Si conferma quinto mercato il Regno Unito (+31,4% sul 2020 e +7% sul 2019). Tra le prime dieci destinazioni solo la Russia non è tornata, nel 2021, ai livelli del 2019 (-2,9%).

COMPARTO CUCINE

Nel 2021 il comparto delle cucine torna a crescere (+25% sul 2020) e recupera i livelli 2019 (+13,1% in valore), dopo la flessione del 2020, determinata in particolare dalle minori vendite sul mercato interno. A favorire la ripresa è in primo luogo l'andamento delle vendite sul mercato interno (+30,7% sul 2020 e +16,8% sul 2019). Anche le esportazioni, che nel 2021 rappresentano il 34% del fatturato, recuperano rispetto al 2020 (+15%) e superano in valore i livelli 2019 (+6,5%). In crescita anche il saldo commerciale a +7,2% al 2019.

Con quasi il 21% dell'export totale, la Francia recupera la perdita del 2019 (+16,3%) si conferma di gran lunga la

prima destinazione davanti agli Stati Uniti che dopo la pesante contrazione registrata nel 2020 perdono un ulteriore -1,1%. Recuperano i livelli 2019 in valore anche Svizzera (+12,9%), Regno Unito (+2,6%) e Germania, che dal 2018 non ha mai smesso di crescere (32,3%).



SISTEMA ARREDOBAGNO

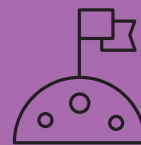
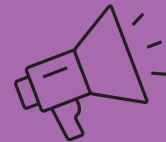
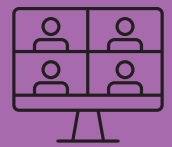
Andamento positivo per il **sistema arredobagno che, grazie al forte legame con la componente residenziale, cresce sul 2020 (+22,5%) e recupera in valore i livelli pre-pandemici (+11,5%)**. Ciò grazie in particolare alle vendite sul mercato italiano (+14,1% sul 2019). Positive, ma con un tasso di crescita più contenuto anche le esportazioni (+8,5% sul 2019) che pesano per poco meno della metà del fatturato totale. Per quanto riguarda l'export nel 2021 la Germania si conferma primo mercato (17% dell'export totale) con una variazione positiva sul 2020 (+13,5%) e anche rispetto al 2019 (+13%). Bene anche la Francia, secondo mercato: +18,9% sul 2020 e +11,2% sul 2019, mentre scendono per il terzo anno consecutivo le vendite verso il Regno Unito (-9,3% la variazione rispetto al 2020 e -21,3% rispetto al 2019). Si segnala infine la Polonia, che aumenta per il settimo anno consecutivo ed entra nella TOP 10 dei mercati di riferimento: +20,3% sul 2020 e +78,2% rispetto al 2019.



> www.federlegnoarredo.it

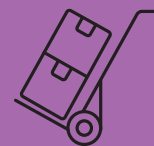
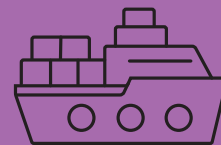
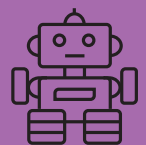


NON SIAMO NUMERI



600+ VITI AUTOPERFORANTI

Lo sappiamo, i numeri non sono tutto, ma possono diventare memorabili per raccontare il successo di un'azienda e il valore dei suoi prodotti. Scoprili tutti su www.nonsiamonumeri.it



NONSIAMONUMERI.IT



AMBROVIT®
BOLTS+SCREWS

Dall'esperienza di **FERRA & CASA
MENTA & LINGHI**

MONDOPRATICO.it
BRICO HOME GARDEN



IL PORTALE B2B DEDICATO AL MERCATO DEL DIY ITALIANO

È un'idea di



Collins Srl - Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano - Tel. (+39) 028372897
Email: ferramenta@netcollins.com - marketing@netcollins.com - promotion@netcollins.com

tutto il brico-home-garden in un click!

Nato nel 2008, mondopratico.it è concepito per aiutare gli operatori del grande mercato del Diy/Ferramenta a stare al passo coi tempi.

Seguici
su facebook!



Iscriviti
alla newsletter!



Scarica i
volantini della GD!



Sfoggia gratis

**FERRA & CASA
MENTA & LINGHI**

greenline



www.mondopratico.it

Vileda premia con "Per una pausa più sostenibile"

Il rispetto dell'ambiente e la salute del pianeta sono considerazioni che è possibile mettere in pratica abitualmente, nei più semplici gesti quotidiani e anche durante le pulizie di casa.

È bene quindi avere sempre più un occhio di riguardo verso soluzioni sostenibili che possano aiutare a ridurre gli sprechi o che siano realizzate con materiali riciclati, riducendo al minimo l'impatto sul pianeta.

Partendo da queste riflessioni, **FHP** di R. Freudenberg sas - filiale italiana del gruppo tedesco Freudenberg Home and Cleaning Solutions, attiva in Italia con i marchi Vileda, Gimi, Wettex e Marigold - presenta la **nuova operazione a premi "Per una pausa più sostenibile"** che coinvolge i prodotti Vileda per la pulizia dei pavimenti e delle superfici realizzati in ottica green e in grado di assicurare elevate performance, grazie alla qualità dei materiali impiegati.

Fino al 31 luglio, i consumatori che acquisteranno - nei punti vendita fisici che aderiscono alla promozione, nei relativi shop online e nello shop www.vileda.it - almeno un sistema lavapavimenti, tra **Revolution, Revolution box, Turbo Smart, 1-2 Spray Max**, più un altro prodotto a scelta tra: i **ricambi dei sistemi lavapavimenti** (Revolution 2in1, Turbo 100% Microfibre, Turbo 2in1, 1-2 Spray Max), la **scopa 2in1 Naturals**, il **panno Microfibre 100% Recycled**, la nuova gamma di **sacchi immondizia Vileda Ecobag 100% Riciclato** da 30L, 50L, 100L, le **spugne Glitzi Inox e Aqua Classic**, avranno la possibilità di partecipare all'**Instant Win** per vincere subito uno dei 3 Eco Conscious Philips in palio ogni giorno.

Si tratta del primo set da colazione al mondo realizzato in 100% plastica a base biologica e composto da macchina per caffè americano, tostapane e bollitore.

Per partecipare basta **registrarsi sul sito www.perunapausapiusostenibile.vileda.it** compilare il form di registrazione, inserire i dati del documento d'acquisto unico e allegare lo scontrino; una volta completata la procedura, i partecipanti scopriranno immediatamente se hanno vinto uno dei premi in palio. A seguito della verifica e convalida della vincita, il premio verrà spedito all'indirizzo indicato.

A sostegno dell'iniziativa, nei punti vendita aderenti saranno presenti espositori, leaflet, volantini e locandine dedicati alla comunicazione della promozione.



> www.perunapausapiusostenibile.vileda.it

Nuovo catalogo Best Friend



È stato presentato in anteprima alla fiera Interzoo 2022 di Norimberga il nuovo catalogo **Best Friend edizione 2022-23 di Rinaldo Franco**, società italiana del mercato PetCare. Il volume, che ha una periodicità biennale ed è giunto alla 16ma edizione, è stato realizzato dall'ufficio grafico interno dell'azienda e stampato in oltre 1000 copie. Oltre al cartaceo, l'azienda ha realizzato anche una versione sfogliabile in formato PDF, inserita all'interno di una chiavetta usb nel formato credit card.

Il catalogo, in doppia lingua italiano-inglese, presenta una selezione di circa 1.000 referenze. Il volume ha una foliazione di 230 pagine e da questa edizione è stato arricchito da una serie di mini cataloghi a tema dedicati alle linee riposo, abbigliamento, prodotti stagionali per l'estate, festa di Halloween e articoli natalizi. Contiene anche una sezione dedicata a espositori e display per i punti vendita della grande distribuzione.

È consultabile anche online sul sito Best Friend.

> www.best-friend.it

Century Italia: nuovo catalogo e nuovo responsabile canale ferramenta

Century Italia ha presentato ufficialmente il **nuovo catalogo 2022-2023** (scaricabile da www.century-italia.it/catalogo/) durante il Meeting Agenti annuale. Questa edizione è la **decima pubblicazione** nell'era del LED, un percorso iniziato nel 2011 con il primo catalogo.

Il catalogo si presenta con una veste grafica totalmente rinnovata a partire dalla copertina, realizzata in collaborazione con artisti digitali e che richiama elementi di continuità con le precedenti edizioni.

Sfogliando le **392 pagine** il **nuovo sistema di raggruppamento** prodotti, tabelle e specifiche tecniche aiuterà nella scelta del prodotto ideale in maniera chiara ed intuitiva.

Passando ai prodotti, sono **oltre 250 i nuovi codici** rispetto alla scorsa edizione per un totale di **1.496 articoli**.

Si arricchisce la gamma dei **prodotti decorativi** con diverse soluzioni pensate per adattarsi a ogni condizione e in ogni ambiente. Dalle applique in gesso resinato da interno, a quelle in alluminio per esterni in 4 finiture: bianco, grigio, nero e corten.

Procedendo con la famiglia dei sistemi lineari, l'azienda introduce per la prima volta **profili in alluminio in colorazione bianca e nera e 2 novità tra le strip LED**: la striscia a 230V, garantisce un'illuminazione uniforme senza cali di tensione e la RGB+W IP65, non teme l'acqua ed è dotata di chip bianchi per un bianco puro e colori vivaci.

Century, da sempre, mette grande impegno nella ricerca di soluzioni sostenibili con lo scopo di fornire energia a costo zero in ambienti domestici o professionali, per questo introduce 3 nuovissimi **prodotti solari: Genius, Domino, Sirio Solar**, versatili e potenti. Illuminare senza corrente non è mai stato così semplice.

Con **Giardinetto** invece, Century fa il suo ingresso nel mondo dell'orticoltura presentando la soluzione domestica per la coltivazione indoor di erbe aromatiche, piccoli ortaggi e fiori.

"Festeggiamo questo traguardo con orgoglio. Dieci edizioni di LED raccontano la storia di un'azienda che ha voglia di mettersi in gioco ed esprimersi nel campo dell'illuminazione. Raccontano di persone che, giorno dopo giorno, hanno ampliato le loro competenze e sviluppato linee di prodotto con lo sguardo rivolto al cliente. Quest'edizione è ancora più speciale perché dedicata a una persona molto importante, che ha contribuito a scrivere la storia di questa azienda." ha dichiarato l'azienda.

Century Italia dà, inoltre, il benvenuto a **Luca Dal Bo** come nuovo **responsabile canale ferramenta**. Dal Bo, esperienza ventennale nel settore, definirà la nuova strategia di canale dell'azienda con sede a Latina, specializzata nel mondo dell'illuminazione.



> www.century-italia.it

Catalogo aspirapolvere Starmix 2022/2023

Reit, distributore per il mercato italiano del **marchio Starmix**, presenta il **nuovo catalogo 2022/23**.

Starmix, azienda leader per l'aspirazione di polveri sottili, offre nuovi e innovativi dispositivi per la soluzione di ogni problema di aspirazione nel settore industriale, edile e cleaning.

All'interno del nuovo catalogo dell'azienda tedesca sono presenti i **nuovi aspirapolvere a batteria Batrix con controllo cordless**, disponibili nella versione per polveri di classe L (non pericolose) e M (pericolose). Con la novità **Cordless Control** è possibile avviare e spegnere automaticamente anche gli aspirapolvere a batteria.

Altra importante novità di Starmix è il nuovo **GS 2450 Olio e Metalli**, il potente aspirapolvere industriale per l'aspirazione e lo smaltimento separato di trucioli e liquidi prodotti dalla lavorazione dei metalli.



> www.reit.it

Brico io partner della Lega Pro

Brico io entra nel mondo della **Lega Pro** diventando **partner del campionato di Serie C** dai playoff **2021/22** e per tutta la stagione **2022/23**. Il marchio 'Brico io' è presente in Italia con oltre 100 punti vendita che seguono tutti i segmenti del bricolage: hobby, piccola edilizia, manutenzione e decorazione della casa e del giardino.

"La collaborazione con Brico io, catena leader in Italia radicata su tutto il territorio nazionale, è il segnale di un forte avvicinamento alla realtà del nostro calcio, quello dei Comuni, della formazione dei talenti, che fa bene al Paese" afferma il Presidente della Lega Pro **Francesco Ghirelli**. "Il fatto che un attore rilevante sul mercato nazionale incroci il nostro cammino, e ne condivide l'impostazione soprattutto valoriale, è la dimostrazione che stiamo andando nella giusta direzione. Abbiamo lavorato molto sul nostro brand e sul suo posizionamento, oggi iniziamo a coglierne i frutti", conclude Ghirelli.

"Nella stagione 2021/22 abbiamo fatto la nostra prima esperienza con il calcio sponsorizzando i campi di alcune squadre del campionato di Serie A, attività che ci ha dato sicuramente visibilità a livello nazionale. Il passo successivo abbiamo deciso di farlo con la Lega Pro, con l'obiettivo di essere visibili e più vicini ai nostri punti vendita che coprono tutto il territorio nazionale - dichiara **Paolo Micolucci** Consigliere Delegato di Brico io S.p.A. - La realtà di Brico io è composta da tanti negozi di provincia, la nostra volontà, con questa collaborazione, è proprio quella di essere presenti nella vita della comunità, interagendo con le persone e con le famiglie che vivono quello specifico territorio e partecipando alle cose per loro più importanti, come le scuole calcio giovanili per i ragazzi e le loro famiglie che si avvicinano a questo sport per la prima volta. Questa partnership è in linea con la nostra mission: **essere vicini ai nostri clienti che ogni giorno fanno fronte alla manutenzione e decorazione della loro casa e del loro giardino**".



> www.bricoi.it

"Con Gimi scatta l'estate!" e vinci una fotocamera

C'è un nuovo concorso a premi che coinvolge tutti i prodotti a brand **Gimi** (esclusi portarifiuti, appendiabiti, scale e sgabelli).

FHP di R. Freudenberg sas, attiva in Italia con i marchi Vileda, Gimi, Wettex e Marigold, presenta **"Con Gimi scatta l'estate!"**.

Fino al 31 agosto, i consumatori che acquisteranno - presso i punti vendita fisici e online che aderiscono alla promozione

- **un prodotto Gimi tra quelli coinvolti nell'iniziativa**, avranno la possibilità di partecipare all'Instant Win per vincere subito una **fotocamera Fujifilm instax mini 11**, con pacchetto da 10 pellicole incluso, in palio ogni giorno.

Per i vincitori, cinque colorazioni disponibili - Charcoal Gray, Sky Blue, Blush Pink, Lilac Purple e Ice White - per aggiungere un tocco di classe ovunque si andrà. Partecipare è molto semplice: basterà registrarsi sul sito

www.congimiscattalestate.it, compilare il form di registrazione, inserire i dati del documento d'acquisto unico e allegare lo scontrino o la fattura d'acquisto; una volta completata la procedura, i partecipanti scopriranno immediatamente se hanno vinto il premio in palio. A seguito della verifica e convalida della vincita, il premio verrà spedito all'indirizzo indicato.

Questa nuova promozione - oltre a coinvolgere prodotti innovativi a livello funzionale e di design, contraddistinti da un'attenzione totale alla qualità - desidera anche **valorizzare l'importanza del concedersi momenti di svago**, da immortalare affinché restino nella memoria, rappresentando un grande valore emozionale.

A sostegno dell'iniziativa, nei **punti vendita** aderenti saranno presenti **volantini, post-it, totem e locandine** dedicati alla comunicazione della promozione.



> www.congimiscattalestate.it

Ripartenza a tutta forza per spoga+gafa 2022

Dal 19 al 21 giugno a **Colonia spoga+gafa**, la più grande fiera del lifestyle in giardino, ha confermato ampiamente il suo ruolo di evento di riferimento per il mondo del verde. Circa **25.000** visitatori da **112** paesi sono giunti a Colonia per ammirare dal vivo le novità e innovazioni dei circa **1.000 espositori** provenienti da **52** paesi. È andata quindi in scena con grande successo la prima spoga+gafa non affiancata dalla spoga horse e con le nuove date di giugno.

Se consideriamo la scarsa presenza di aziende asiatiche, in termini di espositori spoga+gafa 2022 si è attestata a livelli precrisi. I top decision maker, presenti in gran numero a Colonia, hanno reso omaggio alla rassegna. Numerosi i rivenditori e i buyer presenti in rappresentanza dei **principali mercati europei** di Belgio, Germania, Francia, Italia, Paesi Bassi e Spagna. Ottimamente rappresentati anche Australia, Nuova Zelanda, Israele, Canada, Regno Unito e USA. La partecipazione di visitatori esteri è salita al **67%** (2019: 65%).

"La qualità e internazionalità dei visitatori è straordinaria. Gli espositori ce lo ripetono in continuazione. Abbiamo sfruttato gli ultimi due anni e mezzo per perfezionare la spoga+gafa e siamo felici di poter festeggiare live i primi successi. Grazie alla piattaforma attiva tutto l'anno che abbiamo lanciato nelle ultime settimane, in futuro spoga+gafa accompagnerà il mondo del verde 365 giorni all'anno", afferma **Oliver Frese**, Chief Financial Officer di Koelnmesse GmbH.

FOCUS SULLA SOSTENIBILITÀ

Il tema principe di quest'anno "**Giardini sostenibili**" era ovviamente onnipresente nei padiglioni: in tutti i segmenti erano esposti materiali durevoli, riciclabili e a basso consumo di risorse e tutta l'attenzione era puntata sull'utilizzo efficiente di energia e acqua in giardino. spoga+gafa 2022 si conferma quindi piattaforma tematica e apripista per l'industria del verde.

Anche l'Associazione tedesca dell'industria del gardening (**IVG**), sponsor concettuale della spoga+gafa, si è detta soddisfatta dei risultati ottenuti: *"Siamo felici di tornare finalmente a fare fiera. Il contatto personale ci è mancato immensamente e ci ha fatto bene tornare a stringerci la mano. Forse abbiamo accolto un po' meno visitatori rispetto a prima della pandemia, ma la qualità è quella giusta. È questo che fa la differenza"*, afferma **Anna Hackstein**, amministratore delegato della IVG.

SGUARDO RIVOLTO AL FUTURO

Il 27 giugno ha preso il via l'aftershow sulla nuova piattaforma digitale della spoga+gafa con interviste live, registrazioni dai palchi ed eventi digitali degli espositori. Ci si potrà dedicare al networking sulla app senza soluzione di continuità. A breve sarà attiva la piattaforma della spoga+gafa che già l'8 settembre vi invita a immergervi nel mondo digitale del "BBQ". E già ora scatta l'attesa per il 2023: gli ospiti del Global DIY Summit che si terrà a Berlino dal 14 al 16 giugno 2023 possono iniziare subito a programmare la continuazione del viaggio in direzione Colonia. La spoga+gafa 2023 si terrà infatti **dal 18 al 20 giugno 2023**.



Inaugurato il Museo di Pennelli Cinghiale



La storia di **Pennelli Cinghiale** è la storia di una grande parte dell'Italia: è nella memoria di ognuno il "Grande Pennello".

Da questo affetto spontaneo per il brand è nata l'idea di **creare all'interno dello stabilimento un vero e proprio Museo**, una Galleria del tempo capace di collegare il glorioso e pionieristico passato dell'azienda mantovana ai successi sempre più internazionali del presente e alle nuove sfide del futuro. Come da tradizione, Pennelli Cinghiale rompe gli schemi, chiamando uno degli street artist più eclettici e di maggior successo sulla scena italiana e internazionale, **DutyGorn, a disegnarlo**.

"È stato un vero e proprio colpo di fulmine l'incontro tra noi e DutyGorn" commenta **Eleonora Calavalle (in foto)**, CEO e nipote del fondatore, il Commendatore Alfredo Boldrini. "La sua continua ricerca, sperimentazione artistica e straordinaria intuizione di creare vere e proprie opere d'arte, anche a partire da uno strumento di utilizzo comune come il pennello ci ha affascinato. L'attenzione che è insita in noi dalla fondazione, nel lontano 1945, alla bellezza, all'arte e alla qualità non poteva trovare un ambassador migliore. Il connubio di storia e visioni futuristiche è parte integrante del nostro DNA".

Il Museo, multimediale, accoglie i visitatori con molteplici sorprese: dall'installazione che apre il percorso in azienda **Upside Down**, che disegna un soffitto trapunto di pennelli colorati a tracciare la rotta, portando lo

spettatore dentro l'opera con emozione e ricordi legati ai colori, grazie alla reinterpretazione e al riuso di pennelli imperfetti e scarti di produzione; alla **teca multimediale** in cui emozionarsi ascoltando le voci di chi ha fatto la storia dell'azienda, tra vita privata e vita professionale; perdersi nelle **foto** e nei **documenti storici**, come la scheda tecnica del pennello Katy dedicato dal Commendatore alla figlia Catuscia o una cambiale da lui firmata, riacquistata su eBay, o ancora il **registro infortuni** e i **premi** e i volti di una storia italiana così straordinaria da avere meritato la denominazione di **Marchio Storico d'interesse nazionale**. Filo rosso di ogni passaggio, sono le opere di DutyGorn, tra cui spicca **Pennelli nel tempo**, a volere marcare un'evoluzione che parte dalla storia con una cronologia viva intervallata da linee che, come lancette di un orologio, scandiscono il tempo in un continuum tra passato, presente e futuro.

L'estro dell'artista ha trovato forma anche nel murale esterno, **Time Mirror**, che ha trasformato in opera d'arte i muri dello stabilimento in via Milano 222.



> www.pennellicinghiale.com

Nuovo Catalogo ABC Tools 56

Da oltre 109 anni **ABC Tools** è un punto di riferimento nel settore dell'**utensileria per professionisti** insieme al suo storico **catalogo**, che si distingue da sempre per la qualità e l'ampiezza di gamma proposta, per la facilità di consultazione e per la completezza nelle descrizioni dei prodotti.

L'**edizione n°56** si propone di rispondere in modo puntuale ed esaustivo alle sempre più ampie esigenze di mercato, presentando **oltre 900 nuovi codici**, evidenziati dal colore verde e riassunti in specifici indici all'inizio delle **12 sezioni** del catalogo, in modo da poterne agevolare la consultazione e riconoscibilità.

Utensili manuali, fresatura, foratura, serraggio, saldatura, misurazione, attrezzature per la sicurezza sul lavoro, contenitori, arredamenti industriali e tanto altro: nel nuovo catalogo ABC Tools tutto ciò che si cerca si trova in un'unica dettagliata fonte.

Tra le pagine del nuovo strumento troviamo i Brand dell'azienda milanese e una vasta selezione dei migliori marchi del panorama professionale mondiale: Ace, Bosch, Felo, Hazet, Knipex, Lenox, Lukas, Mitutoyo, Martor, Scangrip e Tohnichi solo per citarne alcuni. Il catalogo 56, disponibile in **versione cartacea e digitale** può essere richiesto presso i rivenditori di fiducia oppure sul sito www.abctools.it



> www.abctools.it

Progetto Fuoco: stesso gradimento del 2020

Progetto Fuoco chiude in fiera a **Verona** con un grande successo di pubblico e operatori e **torna ai livelli pre-Covid**, bissando le presenze dell'edizione 2020. Un'iniezione di fiducia per il settore, che in Italia vanta un giro di affari di 4 miliardi di euro e 14 mila aziende, complice anche il **grande ritorno di interesse** da parte dei consumatori **per legna e pellet**. Il più importante evento mondiale dedicato al riscaldamento a biomassa, promosso da Piemmeti, si è tenuto dal **4 al 7 maggio** e ha visto la presenza di **più di 800 brand**, con il **32%** di operatori provenienti **dall'estero**. Numeri in linea con l'edizione precedente, quando gli operatori esteri erano il 36%, ma comprendevano anche un 6% di russi e ucraini. Innovazione tecnologica e sostenibilità ambientale sono stati i temi al centro di Progetto Fuoco 2022. Dalle **stufe** ai **caminetti** passando per **caldaie, barbecue e cucine a legna e pellet**: in prima linea in fiera, assieme alle grandi imprese, che da sempre collaborano per lo sviluppo del comparto, sono stati presenti giovani innovatori e startup ospitate all'interno dell'**Innovation Village**. Il prossimo appuntamento con Progetto Fuoco sarà **dal 28 febbraio al 2 marzo 2024**, sempre a Veronafiere.

> www.progettofuoco.com

Grande soddisfazione per Autopromotec 2022

Si è conclusa con successo la **29esima edizione di Autopromotec** (Bologna, 25-28 maggio). I 4 giorni di fiera, uno in meno rispetto all'edizione 2019, hanno dato evidenza della forza concreta del settore: **75.141 operatori** professionali, di cui il **15%** provenienti **da 116 Paesi** del mondo, hanno affollato il quartiere fieristico di Bologna, alla scoperta delle più recenti novità in termini di prodotti e servizi specifici per ogni singolo comparto del mercato. Su una superficie espositiva di **141.000 m²**, per un totale di **15 padiglioni** fieristici e 6 aree dimostrative esterne, il mondo dell'aftermarket automotive è tornato a riunirsi in presenza dopo la pausa imposta dalla pandemia, creando un importante momento di approfondimento, incontro e confronto sull'intero settore e sull'evoluzione che lo sta caratterizzando. Protagoniste indiscusse di Autopromotec 2022 le **1.311 aziende** partecipanti, **31%** delle quali provenienti da **46 Paesi** del mondo, che hanno dato vita a un'esclusiva vetrina internazionale di tecnologia e innovazione. Autopromotec si è riconfermata una manifestazione dal grande respiro internazionale, tanto da raggiungere un traguardo record: all'edizione 2022 della manifestazione erano presenti **più di 180 delegati stranieri provenienti da oltre 35 Paesi**.

> www.autopromotec.com/it

Plus

Poker

raccolta differenziata



Ogni rifiuto nel giusto scomparto con **Poker Plus. Modulare e componibile** secondo necessità, dotato di speciale **vano porta sacchetti**.

Grazie ai **coperchi colorati**, dividere i rifiuti è ancora più facile!



bama®

www.bamagroup.com





Giovanni Marsili nuovo presidente Assovernici

Il consiglio direttivo di **Assovernici**, l'associazione nazionale che rappresenta il settore delle pitture e vernici per edilizia e industria, **ha eletto Giovanni Marsili (in foto)** quale **nuovo presidente** per guidare e rappresentare l'Associazione nel prossimo triennio. Il neo presidente, succede a Massimiliano Bianchi, al quale vanno i ringraziamenti per il lavoro svolto nel corso del suo mandato e per aver guidato l'Associazione nel difficile e delicato contesto segnato dalla pandemia.

Dottore in Chimica e **Direttore Ricerca e Sviluppo di San Marco Group S.p.A.**, Marsili, già vice presidente dell'Associazione e componente del board del CEPE -l'organizzazione europea che raggruppa tutti i produttori di prodotti vernicianti dichiara- "Abbiamo il compito di proseguire nell'azione di supportare le nostre imprese ad affrontare le sfide che ci attendono nell'immediato

futuro e tra esse, in primo luogo, la transizione ecologica, verso un modello di sviluppo sostenibile. Gli eventi socio-economici degli ultimi anni hanno evidenziato l'importanza del ruolo che ricopre il nostro settore, nello sviluppo del Paese e nel preservare l'inestimabile patrimonio artistico delle nostre città. Continueremo quindi con impegno nel dialogo con le istituzioni, per far valere quanto possibile le nostre istanze, e rendere noti i temi rilevanti che ci permettono di continuare a creare opportunità di sviluppo per il nostro settore."

Nel suo nuovo ruolo Giovanni Marsili si avvarrà del supporto del Consiglio Direttivo, confermato nella sua compagine dall'Assemblea dell'Associazione, e composto da **Massimiliano Bianchi - Cromology**, **Andrea Codecasa di Akzonobel-Interpon**, **Luca Faifer di Daw Italia**, **Giampaolo Iacone di Gruppo Boero**, **Pierangelo Zobbio di Gruppo Estalia**, **Silla Giusti di PPG Architectural Coatings Italy Srl**, **Federico Marchi di Inver-Sherwin** e della collaborazione di **Benedetta Masi di Colorificio Sammarinese**, nominata vice presidente.

> www.assovernici.it

Aumentano gli investimenti nelle costruzioni. A Saie per fare il punto.

PNRR, incentivi fiscali e fondi europei rappresentano un'occasione storica per la realizzazione di nuove infrastrutture strategiche e la rigenerazione del patrimonio edilizio pubblico e privato. È la dimostrazione del ruolo vitale che le Costruzioni - collegate secondo Federcostruzioni a quasi il 90% dei settori economici - giocano all'interno dell'economia italiana. Il settore ha avviato un percorso di innovazione e crescita, che ha prodotto notevoli effetti già dallo scorso anno. Basti pensare che nel **2021**, secondo i **dati Ance**, gli **investimenti in costruzioni** sono cresciuti del **+16,4%** e la **produzione** del **+24,1%**. Secondo i dati ENEA, gli interventi



legati al **Superbonus 110%** (al 31 marzo 2022) hanno raggiunto, poi, un ammontare totale di **24,2 miliardi** di euro (quasi 17mld di essi, ovvero il 70%, si riferiscono a lavori già realizzati). Risultati importanti, che portano la filiera a interrogarsi sulle strategie migliori per affrontare le sfide odierne, su tutte l'inflazione. Proprio questo è stato il fulcro della conferenza stampa di presentazione di **SAIE**, La Fiera delle Costruzioni - Progettazione, edilizia, impianti (**BolognaFiere dal 19 al 22 ottobre 2022**). Grazie anche ai bonus fiscali, nel 2021 tutti i comparti, dalla riqualificazione abitativa alle nuove costruzioni, hanno goduto di un forte impulso. In particolare, la **nuova edilizia residenziale** e il **non residenziale privato** mettono a segno aumenti pari al **+12%** e al **+9,5%**. Stesso discorso per gli investimenti in opere pubbliche, con un boom del **+15%** nell'ultimo anno, a dimostrazione del primo forte impatto del PNRR sul settore, interessato da 108 dei 222 miliardi di euro stanziati. L'aumento del costo delle materie prime, il caro energia e una generale spinta inflazionaria mettono a rischio la crescita degli investimenti, che dovrebbero attestarsi comunque sul +0,5% a fine 2022.

In merito alla produzione nelle **costruzioni**, gli ultimi dati Istat parlano di un aumento del **+24,1%** nel confronto **2021/2020** e del **+13,2%** nel confronto **gennaio 2022/gennaio 2021**, ma il trend sembra essere in rallentamento e saranno decisivi i prossimi mesi. Non si arresta, invece, l'andamento positivo del Superbonus 110%. Al 31 marzo 2022 gli interventi sono stati 139.029, per un valore totale di **24,2 miliardi di euro**. Anche nel mese di marzo si è registrato un incremento nel numero (**+13,4%**) e nell'importo (**+14,6%**, **circa 3 miliardi**).

Investimenti, incentivi e novità legislative saranno protagonisti di SAIE, ma ampio spazio sarà dato a tutti i temi principali dell'edilizia e dell'ambiente costruito: cantiere, sostenibilità, innovazione, efficienza energetica, digitalizzazione, integrazione edificio-impianto, transizione ecologia, nuove esigenze dell'abitare e del costruire. Quattro i saloni tematici - **Progettazione e Digitalizzazione; Edilizia; Impianti; Servizi e media** e in tante iniziative speciali, alternando esposizione e informazione grazie ai numerosi workshop e convegni previsti.

> www.saiebologna.it

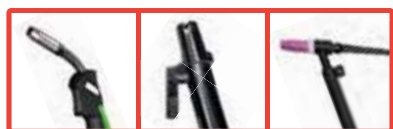
Fox



FATTI FURBO. FATTI UNA FOX.

INVERTER MULTIPROCESSO

MIG · MMA · TIG



Fox 185

Fox 165

MIG · MMA · 150A

MIG · MMA · TIG
170A

Fox 189

MIG · MMA · 180A

Fox 211

MIG · MMA · TIG
200A



Helvi S.p.A.

Viale Galileo Galilei, 123 - 36066 - Sandrigo (VI) Italy
Tel. (+39) 0444 666999 - Fax (+39) 0444 750 070

www.helvi.com - info@helvi.com

Accordo di partnership tra uvex safety e Mips



Sotto il principio guida di “proteggere le persone”, **uvex** sviluppa, produce e vende **prodotti e servizi per la sicurezza e la protezione delle persone** nei settori del lavoro, sport e tempo libero. La produzione di **protezioni per la testa** sotto forma di **caschi e bump cap** è svolta in gran parte in **Germania** – tutte le aziende manifatturiere sono certificate secondo la **norma ISO 9001:2008** – e la maggior parte dei caschi hanno il marchio “**Made in Germany**”, un tratto distintivo per i caschi di sicurezza sul lavoro. Per **Wolf Wagner**, Direttore dell’Head Product Group Management di uvex, la **collaborazione con Mips** (Multi-directional Impact Protection System) è il prossimo step per logica: “Il nostro tentativo è di fornire alle persone la migliore protezione possibile dalla testa ai piedi, ovviamente noi sviluppiamo in maniera costante e ulteriore i nostri prodotti e integriamo loro con sistemi innovativi. Il **safety system Mips®**, unico nel suo genere, prepara ancora meglio i nostri caschi agli incidenti complessi e **completa perfettamente il nostro portfolio**”. “Siamo onorati che uvex sia entrato in questa partnership con noi essendo la maggiore azienda manifatturiera tedesca nel lancio di caschi work safety con il sistema Mips® integrato in nome della sicurezza sul lavoro” afferma **Olof Rylander**, Sr Business Developer Safety di Mips.

> www.uvex-safety.de

Hoffmann Group lancia il Product Finder

Con il **nuovo servizio gratuito Product Finder**, i clienti di **Hoffmann Group** possono **trovare il prodotto giusto per ogni applicazione in modo rapido e intuitivo**. Il nuovo strumento raggiungibile sul sito e-Shop di Hoffmann Group consente, in particolare, di trovare in modo facile e veloce elettroutensili, colle, guanti protettivi e dischi. **L’utente viene guidato passo passo e gli vengono suggeriti i prodotti migliori per le sue esigenze**. Trovare i prodotti è facilissimo: è sufficiente rispondere alle domande che vengono poste, sulla tipologia di lavorazione, materiale, ambiente e altre, per visualizzare in pochi istanti una lista dei prodotti in cui viene messo in risalto il risultato migliore. Il Product Finder di Hoffmann Group si aggiunge ai numerosi altri servizi che l’azienda offre ai propri clienti, dai configuratori online (e-Form, banchi di lavoro, piastre personalizzate punto zero, utensili speciali) al catalogo sfogliabile e i servizi di e-Business per digitalizzare gli acquisti, oltre alle varie risorse per la formazione professionale come guide tecniche, webinar e corsi tecnici gratuiti.



> www.hoffmann-group.com



Tecnologie per il legno: buon inizio 2022

Il **primo trimestre 2022** conferma, pur con sensibili differenze rispetto al precedente, lo **stato di buona salute del settore** delle tecnologie per l’industria del mobile e la lavorazione del legno. È quanto emerge dalla oramai consueta indagine trimestrale realizzata dall’**Ufficio studi di Acimall** – l’associazione confindustriale che raccoglie i produttori italiani di macchine, utensili e attrezzature – su un campione significativo della produzione nazionale. Archiviato un 2021 con dati della produzione assolutamente eccezionali (più 36,9 per cento rispetto al 2020 e più 11,6 per cento sul 2019), l’anno appena iniziato pare destinato a mantenere il segno positivo. Nel periodo **gennaio-marzo 2022** gli ordini sono cresciuti complessivamente del **21,7%** rispetto all’analogo trimestre 2021, grazie al **+35,1%** del **mercato interno** – che si rivela ancora estremamente propenso a investire – e al più contenuto **3,3%** messo a segno dalla **esportazione**. Il carnet ordini rimane stabile attorno ai sei mesi di produzione assicurata (6,1 mesi nel periodo ottobre-dicembre 2021). Assistiamo purtroppo a una autentica impennata dei prezzi, che nel primo trimestre 2022 hanno registrato un aumento del 5,3%, pari a quello riscontratosi nel corso di tutto l’anno precedente.

> www.acimall.com

ANCORANTI UNIVERSALI IN NYLON CERTIFICATI ETA-CE



Valutazione Tecnica Europea
Categoria d'uso: a,b,c,d
ETA-13/0135 - ETAG 020



CALCESTRUZZO E MURATURA PIENA

Espansione radiale diffusa, per l'utilizzo su materiali compatti



CALCESTRUZZO AERATO AUTOCLAVATO

Espansione radiale diffusa, per l'utilizzo su materiali compatti



MURATURA FORATA

Espansione radiale localizzata, per l'utilizzo su materiali forati



MATERIALI VUOTI

Espansione per annodamento*, per l'utilizzo su materiali vuoti

*non coperta da ETA-CE

VS-Handyplug vanta una vasta gamma di tipologie di viti, realizzate con materie prime e finiture che soddisfano tutte le esigenze di durabilità

Acciaio Zincato



Acciaio INOX

A4-70 (AISI 316)



Finitura Speciale "Steel Saver 1000h - ZL"



Garantisce elevate resistenze alla corrosione in nebbia salina, **fino a 20 volte superiori** alle normali zincature galvaniche.



Tecfi S.p.A. | S.S. Appia km.193
www.tecfi.it | 81050 - Pastorano (CE) - ITALY
ph. (+39) 0823 88 33 38 | info@tecfi.it
fax (+39) 0823 88 32 60 | sales@tecfi.it

Nuovo appuntamento per Homi

Homi, la manifestazione fieristica dedicata agli oggetti e ai complementi di arredo che caratterizzano gli spazi del vivere contemporaneo, torna dal **16 al 19 settembre 2022 in fieramilano (Rho)**, con **HOMI Independent**. Un'edizione che mette al centro la relazione tra chi produce/ distribuisce oggetti per la casa e il retailer, cioè, chi attraverso la selezione di questi oggetti per il proprio punto vendita, stabilisce con il cliente finale una relazione di valore, attenta alle **nuove esigenze di consumo**. I visitatori potranno trovare idee e ispirazioni fra gli ampi e selezionati assortimenti merceologici di **complementi d'arredo, accessori innovativi e smart, fragranze per l'ambiente, tessuti, oggetti per la tavola, accessori per la cucina, regalistica e addobbi per il prossimo Natale**. Un'offerta ampia e diversificata per conoscere in anteprima le **novità delle aziende** e i **trend della casa**.



Tanti prodotti, idee e novità per arredare gli spazi domestici che sono ormai multifunzionali, trasformabili, digitali, sostenibili. In una casa dove interno ed esterno si compenetrano sempre di più e le esigenze abitative sono quindi in continuo mutamento, l'home decor e gli oggetti d'arredo assumono un ruolo fondamentale nel racconto dei nuovi scenari dell'abitare.

Ad affiancare infatti la proposta espositiva lo spazio **HOMI LAB**, dove per tutti i quattro giorni di manifestazione si svolgeranno **incontri formativi e talk**, rivolti in particolare a retailer e designer, realizzati in collaborazione con PLATFORM Architecture and Design e Fondazione Architetti.

In vista dell'appuntamento a settembre, continua comunque a essere attiva HOMICommunity, la piattaforma online che consente a operatori e buyer nazionali e internazionali di conoscere in anteprima prodotti, novità e storie delle aziende presenti in fiera.

> www.homimilano.com

42ma edizione per MCE



MCE, Mostra Convegno Expocomfort, si svolgerà dal **28 giugno al 1 luglio** a **FieraMilano Rho**. Per la **42ma edizione**, MCE lancia la **nuova piattaforma** che permetterà a tutta la community di incontrarsi e fare networking anche in formato digitale (**28 giugno – 6 luglio**).

La manifestazione è la vetrina più prestigiosa e la piattaforma mondiale di business per le **aziende del settore HVAC+R** (Heating, Ventilation, Air Conditioning / Refrigeration), delle **energie rinnovabili** e dell'**efficienza energetica**.

Indoor Climate: Saranno presenti in fiera tutte le più avanzate tecnologie create per migliorare il comfort abitativo grazie alla gestione dei fattori chiave di benessere e salute. Sistemi avanzati, energeticamente efficienti e integrabili, con una forte componente rinnovabile, che garantiscono ambienti piacevoli e produttivi, sicuri e sostenibili e che forniscono una pluralità di soluzioni per rispondere alle esigenze della progettazione, installazione e gestione impiantistica.

Biomass: La gamma più completa ed esaustiva di sistemi, prodotti e componenti dell'impiantistica, fino a pellet e combustibili per il riscaldamento da biomasse. In esposizione caldaie, bruciatori, stufe, canne fumarie, termocamini e termostufe, impianti di cogenerazione e molto altro, tra macchine e tecnologie all'avanguardia per uso residenziale e industriale.

Paese partner d'onore di questa edizione è la **Turchia**, un Paese, da sempre presente a MCE, che negli ultimi anni sta registrando un trend costante di crescita sia per numero di aziende espositrici (+ 9% 2018 su 2016 e +25,5% di superficie occupata 2018 su 2016) sia per operatori presenti (+16,5% nelle ultime due edizioni).

> www.mceexpocomfort.it

Mercato climatizzazione: il 2022 inizia bene

Parte abbastanza bene il 2022 per il settore della climatizzazione: i numeri rilevati da **Assoclina** per il primo trimestre indicano infatti percentuali in crescita per le categorie merceologiche economicamente più significative. Al 31 marzo 2022 il comparto dell'espansione diretta registra i seguenti aumenti percentuali: **+11,4% a volume e +17,1% a valore** per i climatizzatori monosplit, sostanziale pareggio a volume ma una crescita del **15% a valore** per i sistemi multisplit, **+32,4% a volume e +34,1% a valore** per i miniVRF e VRF. Ottima anche nel primo trimestre 2022 la performance delle apparecchiature idroniche condensate ad aria, per le quali l'indagine Assoclina rileva incrementi percentuali complessivi (raffrescamento + riscaldamento) del **115,5% a volume** e del **108,8% a valore**.



Continua la crescita delle pompe di calore idroniche: il primo trimestre 2022 indica un aumento generale a tre cifre per questa tipologia di prodotti (+118,3% a volume e +121,2% a valore), con una crescita significativa (+125,7% a volume e +144,7% a valore) soprattutto nei modelli con potenze inferiori a 17 kW destinati in prevalenza al settore residenziale.

Segnali positivi arrivano anche dal settore delle unità terminali dove si registra, rispetto al primo trimestre 2021, un incremento del 24,4% a volume e del 38,6% a valore. Nel periodo gennaio-marzo 2022 risultano in crescita anche i sistemi per la ventilazione meccanica residenziale (+33,6% a volume e +44,2% a valore) e i condizionatori monoblocco, che chiudono il trimestre con +15% a volume e +18,8% a valore.

Non si segnalano variazioni di rilievo per i condizionatori packaged e rooftop (+0,9% a volume e -0,4% a valore), mentre si registrano percentuali negative per le centrali di trattamento aria (-9,9% a volume e -4,8% a valore), i gruppi refrigeratori di liquido con condensazione ad acqua (-58,8% a volume e -3,3% a valore) e i condizionatori trasferibili (-50,3% a volume e -43,7% a valore).

> www.anima.assoclina.it

Dall'esperienza di greenline nasce:

greenline
GREENRETAIL.it



**IL PORTALE B2B
DEDICATO
AL MERCATO
DEL GIARDINAGGIO
ITALIANO**

Iscriviti
alla newsletter!



È un'idea di



Collins Srl - Via G. Pezzotti, 4 - 20141 Milano - Tel. (+39) 028372897
Email: ferramenta@netcollins.com - marketing@netcollins.com - promotion@netcollins.com

➔ Primaria azienda nel settore ferramenta, fai da te e giardinaggio nell'ottica di espansione del proprio organico cerca **RESPONSABILE VENDITE ITALIA**.

Il responsabile vendite risponde alla direzione commerciale e si occupa di gestire, affiancare e coordinare la rete vendita composta da agenti multimandatari.

Ricerca sul mercato nuovi prodotti per ampliamento del catalogo. Si occuperà di valutare la potenzialità di nuovi canali di vendita e di distribuzione e di creare nuove reti vendita. Collabora con l'ufficio acquisti per la ricerca dei prodotti e con l'ufficio commerciale per la cura dei clienti.

Seguirà direttamente clienti direzionali.

Titolo di studio richiesta: laurea.

È richiesta un'esperienza almeno quinquennale nella vendita diretta o di gestione rete vendita nel mondo degli articoli tecnici o di consumo.

Inviare i curriculum a info@vincoasti.it

➔ Storica Agenzia di Rappresentanze con rilevante introduzione nei settori Ferramenta / Forniture Industriali / Utensilerie / Edilizia / Garden, canali Dettaglio / Grossisti valuta **PROPOSTE DI AGENZIA** da aziende qualificate che vogliono incrementare in modo importante lo sviluppo delle vendite per la zona Abruzzo e Molise.

L'agenzia si avvale di una efficace piattaforma organizzativa con un rilevante portafoglio clienti selezionato e fidelizzato. Zona di riferimento: Abruzzo/Molise.

Per info e contatti: 3bagency@libero.it

➔ Azienda leader nella distribuzione all'ingrosso con cinquantennale esperienza, specializzata nella distribuzione di sistemi di sicurezza con selezionato parco clienti e rete vendita capillare, esamina **PROPOSTE DI RAPPRESENTANZA** con o senza deposito o vendita in esclusiva di: ferramenta – colori – idraulica - giardinaggio - casalinghi, per la Sicilia.

Per contatti e info: samefer@tiscali.it

➔ **GIOVANE TECNICO COMMERCIALE** anche al primo impiego. Società italiana distributrice di prodotti a marchio tedesco ricerca personale da inserire nel proprio organico, anche al primo impiego. Si richiede: diploma o laurea triennale, con indirizzo tecnico; inglese scritto e parlato fluente; disponibilità a viaggiare; utilizzo dei principali Software (Excel, Word ecc.).

Mail per CV: contabilita@vebex.it

➔ **GIOVANE CAPO AREA**. Azienda operante nel settore Ferramenta, Edilizia, Utensileria, Elettrico, Idraulico, ricerca giovane capo area Italia. La mansione prevede copertura zone e affiancamento agenti, nonché lo sviluppo della vendita dei clienti direzionali.

Si richiede: diploma o laurea; disponibilità a viaggiare su tutto il territorio nazionale; preferenziale la conoscenza della lingua inglese.

Offresi interessanti condizioni e benefit.

Mail per CV: info@vebex.it

➔ La Ferramenta Srl affermato ingrosso, presente da oltre 50 anni nei rivenditori di ferramenta e magazzini edili, seleziona **AGENTI MONO/PLURIMANDATARI** con comprovata esperienza nel settore, per le provincie di Firenze e Modena. Si garantiscono condizioni economiche interessanti e supporto commerciale di alto livello.

Per informazioni contattare: info@laferramentasrl.it

➔ GYS Italia ricerca **TECNICI COMMERCIALI VENDITORI/DIMOSTRATORI** per promuovere e vendere i propri prodotti specifici per il mondo automotive, il settore carrozzeria e saldatura industriale.

Zona da coprire:

- Centro Nord Italia: Emilia-Romagna / Toscana

- Sud Italia: Campania / Puglia / Basilicata / Calabria / Sicilia

- Nord-Est: Veneto / Friuli Venezia Giulia / Trentino Alto-Adige

Profilo:

- volenteroso, flessibile, collaborativo, dinamico e intraprendente;

- residenza e/o domicilio in una delle regioni sopra menzionate;

- minimo 3 anni di esperienza;

- patente di classe B per guidare furgone aziendale.

Tempo pieno. Contratto a tempo indeterminato.

Informazioni complementari su www.gys.fr alla rubrica ricerca personale.

➔ Affermata Agenzia di Rappresentanze consolidata nei canali, forniture industriali, utensilerie medie, ferramenta, con un portafoglio clientela trentennale nel Piemonte, Valle D'Aosta e Liguria valuterebbe nuove **AGENZIE**.

Per info o contatti piemontegriforniture@gmail.com

➔ Elettrocanali S.p.a., azienda affermata nel mercato elettrico con produzione propria di prese e spine industriali / domestiche, quadri di distribuzione, avvolgicavi, canali e minicanali portacavi, centralini da parete e da incasso, tubi rigidi, corrugati con i relativi accessori e sistemi di fissaggio, ricerca **AGENTI PLURIMANDATARI**.

Con non più di 5 mandati esclusivamente per i canali Ferramenta, Edilizia, Utensileria, per zone libere di: MI – VA – CO – LC – SO – PV – LO – MB.

Inviare curriculum a: info@elettrocanali.com

Vuoi pubblicare un annuncio?

Invia un testo breve completo di tutti i tuoi dati all'indirizzo: ferramenta@netcollins.com

L'inserimento degli annunci in queste pagine è gratuito ma non può contenere testi in forma anonima.

È quindi obbligatorio specificare almeno un dato riconoscibile (email aziendale, sito, telefono ecc.).

PER UN LAVORO SENZA SBAVATURE.





Voglia d'estate su eBay



Con l'estate alle porte, cresce ulteriormente la mole delle ricerche su eBay nella sezione Home & Garden riguardanti i prodotti chiave di questa stagione, dai climatizzatori all'arredamento per esterni, passando per le zanzariere e i barbecue. E sono sempre di più le Pmi che decidono di affidarsi al marketplace per entrare nel canale online.

Sta per iniziare la stagione più calda e amata dell'anno e con essa la voglia di trascorrere giornate e serate all'aria aperta: non c'è nulla di meglio che farlo godendosi il proprio giardino o terrazzo, dedicandosi al **gardening**, al **fai da te** o organizzando momenti insieme alla famiglia e agli amici. Su **eBay**, marketplace leader globale, **migliaia di venditori professionali di piccole e medie imprese** offrono un'ampia gamma di prodotti per tutti gli appassionati di outdoor e fai da te, a prezzi competitivi, disponibili nella categoria **Home & Garden**.

Barbecue e gazebo per pranzi e cene in giardino; decespugliatori, tagliabordi e rasaerba, per la cura degli spazi verdi; idropultrici e trapani per i lavori fai da te: sono questi **gli articoli più ricercati su eBay in questo periodo**, che confermano come chi possiede uno spazio all'aperto, che sia un giardino, un terrazzo o un balcone, ami occupar-

sene per goderne pienamente. Basti pensare che **su eBay ogni 16 secondi viene venduto un prodotto per il gardening e l'arredamento da esterno e per il bricolage addirittura ogni 5** (Fonte eBay Data & Trends in Italy 2021).


Questo è il periodo giusto per organizzarsi prima dell'arrivo del grande caldo, con un **climatizzatore** o, magari, una **piscina da esterno** e prepararsi ad affrontare le zanzare. Una buona soluzione è dotarsi di pratiche zanzariere: su **eBay** è facile trovare la soluzione migliore per tutte le necessità, grazie all'ampia offerta di questi prodotti a prezzi vantaggiosi.

Infine, sono tante le aziende su **eBay** che offrono una vasta gamma di **pannelli fotovoltaici** per tutti coloro che desiderano ridurre il proprio impatto ambientale utilizzando fonti di energia pulita.

eBay è il marketplace che connette milioni di acquirenti e venditori in tutto

il mondo senza competere con loro e agisce come vero e proprio **abilitatore di business**, offrendo **opportunità economiche** per imprenditori, aziende, privati e organizzazioni di ogni dimensione, adeguate alle esigenze e aspettative di ciascuno.

eBay è fortemente **radicato nel territorio italiano**, dove dal 2001 supporta le Pmi e le attività locali nell'apertura del canale online, contribuendo concretamente alla loro digitalizzazione: il **60%** delle imprese italiane presenti sul marketplace ha aperto il proprio canale online proprio grazie ad **eBay**.

Nel corso di questi vent'anni, **l'Italia è diventata uno dei 5 mercati più grandi e rilevanti per eBay** a livello globale, contando oltre **5,5 milioni di acquirenti attivi e decine di migliaia di imprese**. 

www.ebay.it



LA FERRAMENTA S.p.A.

AFFIDABILITÀ • COMPETENZA • ASSORTIMENTO



IL PARTNER IDEALE PER RIVENDITORI DI FERRAMENTA, EDILIZIA E GARDEN

Vuoi rinnovare l'immagine del tuo punto vendita?

Il nostro team ti offre

Consulenza, Progettazione e Allestimento

visita il nostro portale e scopri le offerte

www.laferramentaspa.it



Telwin: più performance, meno consumi

Telwin, tra i leader mondiali nella produzione di saldatrici, sistemi di taglio al plasma, caricabatterie e avviatori, ha fatto della sua capacità di innovare il proprio marchio distintivo. Oggi l'azienda vicentina è presente in oltre 120 mercati nei 5 continenti, e l'innovazione si concretizza in prodotti pensati per aumentare la qualità delle lavorazioni, garantire maggiore efficienza nei processi e diminuire i consumi energetici.

Da questo punto di vista, il 2022 è molto importante per Telwin perché vede il completamento di un percorso che, in questi anni, ha portato a dismettere progressivamente i prodotti a tecnologia tradizionale a favore di quella inverter. Una scelta strategica e al tempo stesso un percorso di adeguamento ai principi dell'Ecodesign, nell'ottica di aumentare la qualità e l'efficienza nelle lavorazioni diminuendo i consumi energetici e di materiali per la realizzazione dei prodotti.

Gli ultimi prodotti coinvolti in questa importante trasformazione, sono state gamme storiche e consolidate di saldatrici trifase, come Linear, Mastermig e Supermig: quest'anno sono state rinnovate e sono a disposizione degli operatori in versione "i" di "inverter": più tecnologiche, efficienti e compatte, assicurano una sensibile riduzione di consumi e anche un peso contenuto rispetto alle loro precedenti versioni. L'innovazione di Telwin non è solo al servizio dei pro-

dotti, ma anche dell'intero sistema produttivo. Telwin negli ultimi anni ha adottato infatti le logiche della cosiddetta "Lean production" per aumentare l'efficienza e avere un controllo ancora più puntuale sulla qualità dei prodotti, in un'ottica di miglioramento continuo. Infatti, tramite il codice seriale di ogni singola macchina, è possibile ricostruire velocemente la storia fino al più piccolo componente, per un costante monitoraggio della qualità.

L'assistenza ai clienti Telwin si completa anche con l'impegno del Training Lab, sempre aperto agli addetti ai lavori per test di prova, corsi e approfondimenti e per una formazione continua sul funzionamento dei suoi prodotti. Telwin continua anche il proprio percorso sulla via della sostenibilità. Già nel 2020 ha ottenuto la certificazione ambientale ISO 14001 che è servita a identificare gli sprechi e ottimizzare i consumi; oggi, grazie a un nuovo impianto fotovoltaico, l'azienda copre anche l'80% del proprio fabbisogno energetico, così da limitare gli aumenti legati al costo dell'energia.

 **CONSORZIO Bricolife**
PIÙ FORTI INSIEME

+ Potere
d'acquisto
e contrattuale

Unicità dei
marchi privati

Forza
del gruppo,
autonomia
del singolo

Condivisione
delle attività
di marketing
e supporto
sul punto vendita

**CON
BRICOLIFE
CRESCI
DI PIÙ**

UNITI

ORGANIZZATI

EFFICIENTI



Le Aziende del Consorzio:

BRICO POINT | BRICO SAPIENS | EUROBRICO | CFADDA | HOBBY&LEGNO | IZZI FAI DA TE
LA PREALPINA | ORIZZONTE | ALBRICO | BRICO&CASA | BRICO FORMICA | BRICOPIÙ
BYBRICO | EMPORIO CHIACCHIA | FERMARKET | GANZAROLI HOBBY | IANNIELLO BRICO POINT

Orphea, l'alleato contro gli insetti

Orphea®, marchio di riferimento nella cura e protezione della casa e della persona, offre da sempre un'ampiezza di soluzioni per liberarsi facilmente da tutti i "coinquilini" più scomodi. Una gamma di prodotti sicuri, completa di insetticidi e di trappole inodore ad azione naturale.

Nell'ambito delle esche, i prodotti consigliati sono Orphea Esca Scarafaggi e Orphea Esca formiche. Il primo ha una formula innovativa gel con insetticida che permette di estirpare l'intera colonia ed eliminare l'infestazione grazie all'effetto ritardato dell'insetticida che consente agli scarafaggi di trasferire il prodotto agli altri individui presenti nella colonia. Le esche sono studiate per scarafaggi di tutte le dimensioni e garantiscono un'efficacia fino a tre mesi dopo l'apertura. Disponibile nel formato da 3 esche.



In Orphea Esca formiche l'innovativa formula gel contiene insetticida ed è efficace contro diversi tipi di formiche. Il suo effetto ritardato, che si manifesta dopo alcune ore dall'ingestione, consente alle formiche operaie di trasferire il prodotto agli altri individui presenti nel nido, eliminando la regina ed estirpando l'intera colonia. Il prodotto va usato in ambienti interni e intorno agli edifici, terrazzi e giardini privati, garantendo una durata di 4 mesi. La confezione contiene 3 esche.

A questi si aggiunge Orphea Zampirone in fibre vegetali al 100%, che rende le spirali infrangibili. Elimina tutti i tipi di zanzare, comprese la zanzara tigre e le zanzare tropicali e assicura un'efficacia per oltre 4 ore. In formato da 10 spirali.

ORPHEA INSETTOREPELLENTI E DOPOPUNTURA

Gli insetto-repellenti Orphea proteggono in modo delicato ed efficace la pelle di grandi e bambini

e sono a base di Citriodiol®, un repellente di origine vegetale che viene estratto in maniera sostenibile dall'Eucalipto citriodora, unico principio attivo di origine vegetale approvato dal Ministero della Salute.

La linea Family, con una nuova formula rivista, adatta a un uso frequente e con un profumo più delicato comprende una serie di prodotti adatti alle esigenze di tutta la famiglia. La Lozione Antipuntura Family, che protegge efficacemente la pelle fino a 4 ore dalle punture di zanzare e zanzare tigre, ha un profumo gradevole, unito a una delicata formulazione arricchita con Aloe Vera, che dona un piacevole effetto rinfrescante sulla pelle. È disponibile nel formato pump spray da 100 ml.

Anche Spray Antipuntura Family, con lo stesso principio, protegge fino a 4 ore dalle punture di zanzare e dona un effetto rinfrescante. In formato spray da 75 ml.

Infine, i pratici cerotti Dopopuntura, formulati con estratti naturali di Calendula, Menta piperita, Mento e Lavanda, calmano la sensazione di prurito dovuta alle punture di insetti, rinfrescano e leniscono la pelle. Sono dermatologicamente testati e ipoallergenici. Formato da 30 cerotti.

Nella linea Safari Formula troviamo lo Spray Antipuntura, a base di Citriodiol®, che protegge efficacemente la pelle dalle punture di zanzare, zanzare tigre, tafani, zecche e altri insetti. Applicato direttamente sugli abiti garantisce una

protezione completa fino a 8 ore. Disponibile nei formati da 50 e 100 ml. La linea si completa con il Dopopuntura Gel Safari Formula, con attivi ad azione astringente ed estratti naturali di Ginger e Aloe Vera per un'azione lenitiva e anti arrossante. Dotato di applicatore soft massage, è disponibile nel formato da 10 ml e non contiene ammoniaca, alcol e profumo.



Agosto con chi vuoi,
la **tua merce** affidala a Noi!



LL Communication

Con Palletways consegne garantite tutta l'estate.

Palletways è il Network di trasporto espresso di merce pallettizzata che grazie alla sua capillarità sul territorio con una copertura in 24 paesi e l'utilizzo delle più moderne tecnologie, offre la giusta soluzione per ogni tipo di esigenza, assicurando un servizio di consegna rapido, sicuro ed affidabile, e favorendo lo sviluppo commerciale del tuo business in tutta Italia ed Europa.



Trova il tuo Concessionario di zona su
www.palletways.com



portal.palletways.com



Palletways Plus



palletwaysonline.com



OLIVO TAPPETI

Asciugapasso personalizzabile fotografico Event



Event è un tappeto asciugapasso pratico ed economico che, per caratteristiche tecniche, possibilità di personalizzazione e fascia di prezzo, si adatta a tutti i contesti d'uso dal professionale al privato. Si tratta di un tappeto molto assorbente e dotato di fondo antiscivolo, autoestinguento e stampato in digitale con ottima risoluzione grafica e brillantezza dei colori. Le 4 misure standard tra cui scegliere e l'assenza di qualsiasi vincolo per la stampa lo rendono un vero e proprio elemento di design, sul quale è possibile far stampare persino una fotografia. Event è il prodotto ideale per avere uno zerbino personalizzato con la foto dell'amico a 4



zampe, il disegno della propria famiglia, il logo aziendale, uno slogan promozionale o una qualsiasi scritta a scelta. Pubblicizzare una promozione, identificare un brand, mostrare uno slogan o fare un regalo unico e originale non è mai stato così facile!

> www.olivo.pro

BAMA

Kit Orto

È semplice avere un orto sul terrazzo se si usa il kit 3 fioriere da 80 cm di Bama, l'unico che si sviluppa su tre gradini per garantire a tutte le piante una migliore esposizione al sole ed è rialzato da terra per una migliore praticità. L'intera struttura si monta senza l'ausilio di strumenti, perché i vari elementi si incastrano, ed è robusta ma leggera. I colori disponibili sono Terracotta e Verde e le dimensioni sono 80x74x73h. La capacità è di 90 L.



> www.bamagroup.com

IL PAESE VERDE

Per la crescita di piante sane

Il Paese Verde, divisione home&garden di Agribios Italiana, presenta Tricoder, un prodotto ad azione specifica a base di Trichoderma, componenti vegetali e carbonio organico che aiuta le piante soggette ad attacchi fungini. Utilizzabile su piante ornamentali, così come su orticole e tappeti erbosi, Tricoder sostiene le colture nella delicata fase di trapianto/rinvaso di fiori o piante ornamentali. È consigliato il suo utilizzo per via radicale, attraverso la fertirrigazione e/o con bagno radicale prima del trapianto. Formato: astuccio da 125 g o 250 g.



> www.ilpaeseverde.it

ROSI

Nuova gamma Emilia Specialist

Emilia Specialist di Rosi è una nuova gamma di prese, spine e adattatori dedicata ai professionisti del settore e pensata per offrire una migliore maneggevolezza e resistenza all'uso.

Versatili e funzionali, i dispositivi sono realizzati in policarbonato autoestinguento con contatti testati fino a 10.000 cicli di inserimento e gommino guidacavo integrato nei gusci. Il cablaggio è pratico e veloce, grazie al sistema di serraggio con viti a testa standard perpendicolari all'ingresso cavo. La gamma comprende diversi modelli di spine, prese e adattatori, tra cui: spine mobili 2P+T da 10 e 16A, spine mobili 90° 2P+T da 10 e 16A, prese mobili 2P+T da 10 e 16A, adattatori Schuko e standard a 1 e 3 prese bivalenti. Due colorazioni: bianco e nero.



> www.rosi.it

VILEDA

Simple x100: guanti monouso in TPE

I nuovi e innovativi guanti monouso Vileda Simple x100 combinano l'elevata versatilità del prodotto con un buon rapporto qualità/prezzo. Realizzati in TPE (elastomero termoplastico), sono pratici e facili

da indossare e sfilare grazie a un polsino largo, sono anallergici e sono sicuri per l'ambiente, in quanto non sono realizzati in PVC o vinile.

Il materiale TPE rende il guanto morbido e piacevole al tatto; inoltre, l'assenza di lattice e polveri, lo rende ideale anche per coloro che soffrono di irritazioni e allergie. Pratica e compatta, la confezione da 100 guanti monouso ambidestri è pensata per essere sempre a portata di mano, rendendo Vileda Simple x100 il prodotto ideale anche per le emergenze e gli imprevisti di tutti i giorni.

I guanti sono disponibili nella vivace tonalità rosa e in due taglie: S/M e M/L.



> www.vileda.it

SWISSINNO SOLUTIONS

Per difendersi dalle lumache

L'azienda svizzera Swissinno protegge le aiuole del giardino con la Barriera anti-lumache e la Trappola biologica per lumache. La Barriera per le lumache è dimensionata in modo tale che i molluschi non possano superare il blocco sporgente ideato proprio per questo scopo.

Se il recinto per le lumache non è adatto alle aiuole o se si tratta di proteggere il terrazzo o il recinto non è disponibile, si può utilizzare la Trappola per lumache. Questa contiene un'esca che attira i molluschi. Una volta entrate le lumache rimangono intrappolate nell'acqua senza possibilità di scampo. Così il repellente per lumache funziona senza l'uso di alcun veleno. È adatta per l'uso in giardino e attorno alla casa. Viene affondata nel terreno in un luogo adatto e attira automaticamente le lumache dalla zona circostante.



> www.swissinno.com

VALEX

Nuova spazzolatrice S1200

Valex ha introdotto a catalogo la spazzolatrice S1200: con alimentazione elettrica da 1200 W è adatta per sverniciare, sgrassare, pulire, satinare e lucidare tutti i tipi di materiali, dal legno al metallo, dalla pietra al cemento.

A partenza progressiva, la spazzolatrice S1200 permette di regolare la velocità elettronicamente da 1.000 a 3.000 giri/minuto. Con il suo controllo di coppia garantisce una rotazione costante

sotto carico, mentre l'impugnatura posizionabile superiore offre un'ottima ergonomia all'articolo, fornito di pulsante blocca rullo e di rullo in fibra sintetica. Il diametro dell'attacco è di 19,5 mm.



> www.valex.it

WORIK

Thin, la calza in fibra di eucalipto

Worik® ha arricchito il proprio catalogo con la calza Thin per piedi sempre freschi e climatizzati. Thin è stata creata per supportare il naturale processo di termoregolazione, sia in condizioni di caldo sia di freddo estremo, grazie all'innovativa fibra di eucalipto Tencel™ e alla presenza di una trama a nido d'ape, intervallata da inserti a trama aperta, dall'elevata capacità traspirante per mantenere il microclima ideale. Il modello è in grado di gestire l'assorbimento e il rapido rilascio dell'umidità verso l'ambiente esterno e anche di contrastare la proliferazione batterica.

La tecnologia del bordo e del tessuto a spessore zero senza cuciture garantisce vestibilità e comfort.



> www.worik.it

TAVOLA



Puntura di medusa? Ci pensa Orphea

La gamma Orphea Insettopellenti e Dopopuntura propone una soluzione infallibile pensata appositamente per gli amanti del mare: Orphea Dopopuntura Meduse, uno spray ad azione lenitiva sui fastidi da contatto con le placide quanto pericolose meduse. La formula, a base di estratti vegetali e senza alcol, è adatta ad adulti e bambini. Orphea Dopopuntura Meduse è arricchito con Cetriolo, Zenzero e Tè verde che donano alla pelle una

sensazione rinfrescante e idratante con effetto astringente per ridurre l'arrossamento. L'aggiunta dell'Iperico e dell'Acqua Marina fornisce gli oligominerali essenziali alla pelle e ne stimola la ripresa. In un comodo formato spray da 50ml, Orphea Dopopuntura Meduse è ideale perché evita il contatto della pelle arrossata con le mani, diminuendo la possibilità di sporcare e arrossare ulteriormente la cute.

> www.orphea.it

TASSOTTI

Scatole per riordinare gli armadi

Tassotti presenta le scatole automontanti con coperchio in cartoncino 300 g proposte in tre dimensioni e in soggetti assortiti.

Ordine e raffinatezza sono infatti assicurati, grazie alla nuova collezione di scatole, scatole guardaroba (in foto) e cappelliere - disponibili nelle più di 300 varianti di fantasia e colore

dell'offerta Tassotti - che, quasi come veri e propri oggetti d'arte, impreziosiscono un armadio o una cassetiera.

L'armadio in ordine non basta, deve anche essere profumato. Ecco allora le saponette vegetali, disponibili in diverse fragranze,

confezionate con carta Tassotti, eleganti e versatili. Il sapone, a diretto contatto con la carta, conserva a lungo intatte qualità e profumazione, perfette anche come profumatori per cassetti o per essere inserite all'interno delle scatole.



> www.tassotti.it

BLIM+

Oblò, lo spremiagrumi ispirato al mare

Oblò di Blim+ è un funzionale spremiagrumi dalla sinuosa figura che evoca le forme di una barca a vela. Realizzato in polipropilene riciclabile, facile da utilizzare e da pulire, Oblò è progettato per spremere, filtrare, raccogliere e versare il succo dei frutti.

I due fori laterali sono stati concepiti per infilare le dita con una presa sicura, sollevare Oblò e versare le spremute. Design ergonomico (Raffaello Galio), leggera inclinazione della zona di spremitura per assecondare la posizione del braccio e il movimento della mano, beccuccio salva-goccia, un'estetica curata e una gamma di sei colori saturi e opachi completano le peculiarità di un elemento imprescindibile in cucina. Blim+ è un marchio di Veca.



> www.blimplus.com

EINHELL ITALIA

Batteria Power X-Change

Einhell, lo specialista delle batterie, ha da poco raggiunto un importante traguardo: a oggi sono infatti più di 21 milioni le batterie Power X-Change vendute in tutto il mondo.

Questo dato conferma che Power X-Change è in assoluto il prodotto "must-have" per ogni appassionato di giardinaggio, hobbistica e fai da te, e la ragione risiede nell'autonomia prolungata, nella possibilità di intercambiarla tra uno strumento e un altro, e nel poter lavorare in tutta comodità senza l'ingombro di cavi e fili.



Costruita con celle agli ioni di litio, leggera e potente, Power X-Change è dotata dell'Active Battery Management System, che ne regola il flusso d'energia e la rende sicura. È inoltre compatibile con più di 200 strumenti del mondo Einhell.

> www.einhell.it

COFRA[®]

BORN TO WORK

the italian brand



peso

490g

Tg. 42



Indosseresti al lavoro una scarpa da
RUNNING?

PROPULSION

CALZATURE DI SICUREZZA

LEGGEREZZA
APPOGGIO AMMORTIZZATO
SPINTA PROPULSIVA
SOLETTA AUTOMODELLANTE

www.cofra.it



DEWALT

Powerstack™: prima batteria al mondo con celle a sacchetto



Con la nuova batteria compatta Powerstack™ 18V, DeWalt è il primo brand al mondo in grado di utilizzare per i suoi elettrodomestici le batterie piatte (con celle a sacchetto) progettate per l'industria delle costruzioni: grazie al loro design rivoluzionario, le batterie DeWalt sono più compatte, più leggere e più potenti. Questa batteria fornisce il 50% in più di potenza agli

elettrodomestici a batteria per affrontare moltissime applicazioni in modo più veloce e performante; ha un design più compatto del 25% e leggero per consentire grande manovrabilità, elevata precisione, senza bisogno di fare sforzi soprattutto quando si lavora in spazi ristretti; garantisce una durata di vita due volte superiore ottimizzando l'investimento dell'utilizzatore; è la prima batteria ad avere 3 anni di garanzia.

> www.dewalt.it

GARDENA

Nuovi accessori linea ClickUp!

Gardena completa la linea ClickUp! con i nuovi accessori Lampada Solare, Portacandela, Piscina per uccelli e il Morsetto da balcone.

Per gli amanti della vita all'aria aperta, che desiderano creare un'atmosfera calda e accogliente, Gardena propone un accessorio irrinunciabile: il nuovo Portacandele ClickUp! adatto per candele di varie dimensioni (fino a 8 cm di altezza), grazie all'altezza del supporto interno della candela, che può essere regolato, assicurando che la fiamma sia sempre bene in vista. La cupola esterna del portacandele garantisce, inoltre, una protezione dal vento. Il nuovo Morsetto da balcone ClickUp! è realizzato in plastica di alta qualità e si adatta alle ringhiere quadrate con uno spessore da 1 a 6 cm e rotonde fino a 5 cm di diametro. Può essere fissato alla ringhiera in modo rapido e semplice, tramite la vite di regolazione di cui è dotato.



> www.gardena.com

U-POWER

Calzatura da lavoro estiva

Red Leve è la calzatura antinfortunistica ultraleggera sotto tutti gli aspetti. Dotata di tomaia in nylon traspirante, con protezione della punta in film anti-abrasione, è indicata per affrontare senza disagio i periodi più caldi. Traspirante è anche la fodera Wingtex a tunnel d'aria, mentre si fa più leggero, ma ugualmente sicuro, anche il sottopiede anti perforazione. Dotazioni fondamentali come il puntale AirToe® in alluminio e utili accorgimenti come



il copri sottopiede WOW, anatomico in soffice poliuretano, traspirante e antibatterico, costituiscono l'anima dell'innovativa gamma che va a esaltare la comodità U-Power attraverso un'inedita suola nella miscela PU, poliuretano di nuova generazione anti abrasione, antiolio, antiscivolo e antistatica e, soprattutto, leggerissima. Tra i 17 modelli disponibili c'è il modello Robin (S1P - SRC - ESD), in foto.

> www.u-power.it

VERDEVIVO

Estratto di Equiseto

L'estratto di Equiseto Verdevivo, liquido concentrato, è una sostanza di base ricavata attraverso il decotto degli steli aerei della pianta dell'Equisetum Arvense L. Questo estratto dimostra una efficace azione diretta sul controllo delle malattie fungine delle piante, come l'alternaria, la ticchiolatura, la bolla, l'oidio e la peronospora.

Oltre alla spiccata azione fungicida, il prodotto permette alla pianta di aumentare progressivamente le proprie difese nei confronti di stress biotici e abiotici e di migliorare progressivamente lo stato di salute generale.

Per piante sane e protette in modo naturale.



> www.verdevivo.bio

IL NOSTRO BANCO VENDITA

VIENI A TROVARCI NEL PUNTO VENDITA ALL' INTERNO DELLA SEDE MALFATTI&TACCHINI



ACQUISTA SUL SITO WWW.MALFATTITACCHINIGROUP.IT E RITIRA AL BANCO



ASSISTENZA TECNICA

CHAT TECNICA WHATSAPP® 334 2993500

ORARI CHAT → 8.30-12.30 | 13.30-17.30



DIVENTA NOSTRO CLIENTE!
REGISTRATI SUL NUOVO SITO E-COMMERCE
WWW.MALFATTITACCHINIGROUP.IT
PER OTTENERE UN **CODICE COUPON!**

COUPON DEL VALORE DI 50,00€*

*Coupon attivabile su ordine minimo di 500,00€ e cumulabile con altre promozioni in corso.

**Valido solo per i nuovi clienti.



**SCANSIONA IL QR CODE
PER DIVENTARE NOSTRO CLIENTE!**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL



MalfattiTacchini



MalfattiTacchini



MalfattiTacchini



+39 3342993500

ROSSINI TRADING

Giubbotto softshell

Softshell Smarty è il giubbotto con chiusura anteriore con cerniera centrale anti-pioggia, cappuccio staccabile con cerniera e coulisse, pratico foro in silicone per cuffie. È dotato di un taschino a filetto al petto destro chiuso con cerniera anti-pioggia verticale e profilo rifrangente, due tasche inferiori a filetto chiuse con cerniera anti-pioggia, inserti di colore a contrasto. Rossini softshell quality, il tessuto softshell per fornire il più alto livello di protezione da ogni evento atmosferico. Water Repellent, tessuto specifico con trattamento di repellenza dell'acqua. Breathable, tessuto traspirante in grado di mantenere il corpo più asciutto aumentando il comfort e l'isolamento termico.



> www.rossini1969.it

ABC TOOLS

Spray professionali per lubrificare e pulire

L'offerta ABC Tools offre tra le tante gamme, anche una vasta selezione di spray professionali, prodotti in bombolette da 400 ml per lubrificare, ingrassare, disincrostare, disossidare, pulire e zincare. Alcuni esempi sono i seguenti. Disincrostoil è lo sbloccante penetrante disincrostante protettivo, ideale per sbloccare rapidamente viti, dadi, parti metalliche, cerniere, serrature dalla ruggine, elimina cigolii d'attrito, protegge e previene la formazione di nuove corrosioni. Lubricable è il lubrificante per cavi elettrici che riduce l'attrito, facilita lo sfilaggio dei vecchi cavi, consente una più fluida penetrazione e più facile scorrimento dei cavi nelle tubazioni, canaline e guaine di contenimento in percorsi con molte curve e dislivelli.



> www.abctools.it

MCZ

Stufe con tecnologia Core

Core è un'innovativa tecnologia di combustione del pellet basata sui principi della gassificazione. Protetta da ben tre brevetti, è stata interamente sviluppata all'interno di MCZ. Tre gli aspetti innovativi. L'estetica della fiamma è spettacolare. La combustione è ottimizzata e il vetro rimane pulito più a lungo; la quantità di cenere generata dalla stufa è minima e il poco incombusto che resta viene eliminato attraverso un braciere autopulente, che si attiva automaticamente. Infine, le emissioni di polveri sottili risultano del 40% più basse rispetto ai valori 5 stelle ariaPULITA, a oggi il più restrittivo limite europeo sulle emissioni. In foto Mako, novità 2022. Finiture rivestimento: Black e Bronze. Dati tecnici: classe ambientale 5 stelle; potenza 8 kW; rendimento (min/max) 90,4 / 92,9 [%]; volume riscaldabile 229 m³. Dimensioni (LxHxP): 50Lx104,5Hx55P cm.



> www.mcz.it

VALLI&VALLI

Collezione H 383

H 383 Duemilaventuno, ideata dallo studio americano Perkins&Will, entra a far parte a pieno titolo della grande famiglia di maniglie di design di Fusital. La collezione del brand dell'azienda italiana Valli&Valli si arricchisce di un modello dalla forma scultorea.



La maniglia H 383, disponibile in tre differenti finiture, Cromosat, Bronzo scuro e Nikelnero, è la soluzione ideale in progetti con destinazione d'uso residenziale ma anche commerciale, per l'ospitalità e la ristorazione. La Collezione H 383 comprende: maniglia da porta, maniglia da finestra, pomolo, maniglione, chiusura privacy.

> www.vallievalli.com/it

USAG**Nuovo giravite elettrico 324 XP**

L'ultima novità Usag è il giravite elettrico 324 XP capace di coniugare la velocità di un motore elettrico alla sensibilità di un giravite manuale.

Avvita e svita velocemente (300 giri al minuto), grazie alla sua potente batteria al litio da 3,6 V e 2 A/h. Il sistema di bloccaggio automatico del mandrino, all'interno dell'impugnatura, permette di finire il serraggio applicando la forza a mano. L'impugnatura è ergonomica realizzata in gomma resistente a olii e prodotti chimici e il prodotto è certificato con grado di protezione IP 54.

Il nuovo giravite è stato studiato per il serraggio rapido di parti delicate e per intervenire in spazi ristretti, per questo è anche provvisto di 5 led frontali con un sistema di autospegnimento a 10 secondi. È ricaricabile mediante un semplice cavo USB "tipo C" fornito in dotazione.

> www.usag.it

**WEBER****Infinite possibilità culinarie con Master-Touch Premium**

Da Weber una proposta per mangiare all'aperto: il barbecue a carbone Master-Touch GBS Premium E-5770. Se si vuole qualcosa di diverso dal solito, questo top di gamma da 57 cm è già predisposto per l'affumicatura. Dotato di un design 3-in-1 per grigliare, affumicare e arrostito con un unico kettle, il barbecue a carbone Master-Touch® GBS Premium E-5770 offre tante funzionalità all'avanguardia, come il pratico coperchio incernierato, l'innovativo sistema con diffusore per la cottura "low and slow" e la staffa iGrill Ready per tenere l'iGrill sempre a portata di mano.

> www.weber.com

**PALAZZETTI****Stufa Meghan, alto rendimento basse emissioni**

Frutto della collaborazione tra lo studio di design MarcArch e l'ufficio tecnico Palazzetti, Meghan è una stufa ermetica innovativa, caratterizzata da un rendimento superiore al 90% e bassissime emissioni, vanta una classe energetica A+ e soddisfa le rigide normative Ecodesign 2022. Funziona a pellet, un combustibile totalmente ecologico. Grazie alla tecnologia a doppia combustione, che garantisce minori emissioni nocive, Meghan è concepita per favorire un ambiente più salubre. È dotata di Upper Smoke Technology (l'aria comburente viene preriscaldata quando arriva alla camera di combustione e non entra aria fredda nell'edificio) e il suo esclusivo sistema Flex AIR consente di orientare l'uscita dell'aria dalla parte frontale o superiore della stufa.

> www.palazzetti.it

**BERNER****Pulizia e manutenzione semplificate**

Berner presenta la nuova schiuma detergente HVAC (codice articolo: 420563) per la manutenzione degli impianti di climatizzazione, di ventilazione e le pompe di calore. Grazie al pratico flacone spray, è pronta all'uso e garantisce una perfetta applicazione su superfici verticali in tutte le direzioni. La schiuma detergente ha un profumo molto piacevole. Per la pulizia delle strutture esterne, il detergente specifico Acid truck è la prima scelta (codice articolo: 363421). Ha eccellenti proprietà pulenti sulle superfici in alluminio e, grazie alla sua formula speciale, protegge particolarmente bene dallo sporco e dal muschio permettendo una pulizia profonda dello scambiatore di calore esterno.

> www.berner.it



TERCOMPOSTI

Terricci Bio in confezione "apri e chiudi"

Tercomposti lancia la gamma Tercomposti Pocket, composta da 3 terricci pronti all'uso presentati nel pratico formato da 1,5 Lt in confezione doypack "resta in piedi", con zip "apri e chiudi".



Le miscele sono consentite in agricoltura biologica e la loro confezione deriva da plastiche riciclate. Il terriccio Pocket Per Orchidee è altamente poroso e stabile, con ridotta ritenzione idrica per non provocare fenomeni di ristagno e marciumi radicali. Il terriccio Pocket Per Bonsai ha una formulazione che garantisce un ottimo drenaggio e un alto livello di aerazione. Il terriccio Pocket Per Piante Grasse è un prodotto altamente drenante adeguato a tutte le varietà di piante cactacee e succulente che accumulano acqua nei loro tessuti e la utilizzano nei periodi di siccità.

> www.tercomposti.com

VORTICE

Uvlogika System per sanificare gli ambienti

Vortice ha progettato e realizzato Uvlogika System un sistema di sanificazione semplice e rispettoso dell'ambiente che sfrutta i raggi UV-C, una componente della luce solare.



Uvlogika System è una lampada germicida da installazione, progettata per irradiare sulle superfici luce ultravioletta UV-C alla lunghezza d'onda costante di 254 nm, senza alcuna emissione di ozono o di sostanze chimiche. È installabile a soffitto o a parete, in posizione orizzontale o verticale, mediante l'apposita staffa fornita a corredo, a cui si aggancia l'involucro che è in alluminio estruso anodizzato, dotato di 5 scanalature orizzontali posteriori per orientare l'apparecchio nel modo più opportuno, in funzione della posizione delle superfici da sanificare.

> www.vortice.com

KYOCERA

Frese a candela a testa sferica

Kyocera ha annunciato il lancio di 2KMB, frese a candela a testa sferica adatte a lavorazioni di materiali a elevata durezza e microlavorazioni. 2KMB è il secondo prodotto lanciato da Kyocera della gamma di frese in metallo duro integrale "K-series", la quale combina una nuova tecnologia di rivestimento e un design unico,

per una microlavorazione efficiente di vari materiali a elevata durezza, quali leghe di acciai per utensili, acciaio inox e acciai super rapidi. Il nuovo rivestimento Kyocera, "Megacoat® 1 HARD EX" è particolarmente resistente all'usura e ha una struttura unica di due strati che garantisce stabilità nel processo produttivo grazie all'elevata robustezza e all'eccellente resistenza alla scheggiatura.



> www.kyocera.com

ULLMANN

Strumenti digitali professionali

Ullmann ha lanciato la gamma di strumenti digitali Condrol (telemetri laser, livelle laser, laser rotativi, termocamere, pirometri, ricevitori laser ecc.). Ullmann offre 2 anni di garanzia su tutti gli articoli, opzioni di restituzione dell'inventario, da concordare insieme al responsabile di zona, in modo da avere a scaffale articoli sempre aggiornati, e il servizio di assistenza presso un laboratorio specializzato in Italia con cui clienti e professionisti potranno rapportarsi direttamente.



Sono oltre 40 i nuovi articoli inseriti a catalogo. Il bluetooth integrato presente in molti articoli della gamma consente di gestirne le funzionalità tramite smartphone utilizzando le tre diverse applicazioni sviluppate da Condrol.

> www.ullmann.it



ERREBI CLOUD PRO

MARKET INNOVATION

IL PRIMO SOFTWARE SU CLOUD PER LA DUPLICAZIONE DELLE CHIAVI

ERREBICloudPro, un grande progresso tecnologico che permette agli utenti della macchina 3-CODE di memorizzare la cronologia delle duplicazioni delle chiavi dei clienti e di importare programmi di ammaestramento.



PER NON PERDERE I DATI

Le informazioni sono memorizzate "nel cloud". ERREBI è fra i primi ad offrire questo innovativo servizio.

PER REGISTRARE LE DUPLICAZIONI FATTE AI CLIENTI

Evita che i clienti debbano portare le chiavi per una nuova duplicazione già fatta in precedenza.

IMPORTA PROGRAMMI DI AMMAESTRAMENTO

Importazione di archivi .DAT ed .XML dal suo PC al tablet della macchina. Scegli quali chiavi duplicare e quante unità copiare di ciascun modello.

YOUR KEY

www.errebispa.com

ARTELETA INTERNATIONAL

Proiettori Change

I nuovi proiettori Change di LyviaLed Arteleta offrono un'illuminazione led ad alta efficienza personalizzabile grazie a un innovativo sistema di selezione della tonalità di luce emessa. Progettati per un utilizzo all'esterno e all'interno, e per una molteplicità di possibili installazioni, i proiettori Change sono equipaggiati con un selettore della temperatura di colore, che permette di spaziare tra bianco caldo 3000 °K, bianco diurno 4000 °K e bianco freddo 5700 °K. Non sarà più necessario stabilire al momento dell'acquisto la temperatura di colore necessaria, ma lo si potrà decidere a installazione eseguita. Questa nuova serie di proiettori è dotata di una morsettiera interna per il collegamento elettrico. È disponibile in 4 differenti wattaggi 10-20-30-50W.



> www.arteleta.it

MANITAL

Intona, maniglia sinuosa ed elegante

Intona di Manital è una maniglia per porte e per finestre in zama. È disponibile nelle seguenti finiture:

cromo lucido, cromo satinato, nickel satinato, bronzato, nei colori bianco e nero ottenuti con vernice epossidica.



Intona nasce con l'obiettivo di creare un prodotto sinuoso, elegante e moderno. Estetica ed ergonomia sono perfettamente progettate per dare vita a una maniglia dalle linee dinamiche e dalla geometria bilanciata, accordate nei pesi e nei volumi: una visione scultorea in chiave moderna che non trascura il suo compito, accompagnare agevolmente la funzione dello spingere e del tirare.

> www.manital.com

SAN MARCO

Paeninsula Ultramatt per un tocco opaco

Per personalizzare gli ambienti con classe, Paeninsula di San Marco, con la sua setosa opacità, regala un effetto matt. È disponibile nelle versioni Ultramatt ed Eggshell, caratterizzate dalla peculiare opacità. L'effetto Ultramatt, garantisce una coprenza elegante e uniforme, mentre la versione Eggshell, con la sua texture setosa e vellutata, valorizza ogni arredo con la sua leggera lucentezza.



Le palette cromatiche sono dedicate ai grandi artisti: Botticelli, Canaletto, Michelangelo e Modigliani. Paeninsula, che soddisfa i requisiti di basse emissioni VOC, ha ricevuto la prestigiosa certificazione Eurofins Indoor Air Comfort Gold, confermandosi prodotto d'eccellenza rispettoso della salute di chi soggiorna negli ambienti. Il packaging in metallo si presenta all'interno di un elegante espositore in legno. Ultramatt è disponibile nella nuova pezzatura da 10 L.

> www.san-marco.it

WOODCO

Pavimenti sostenibili per l'outdoor

Per rispondere alle esigenze estetiche e tecniche degli ambienti esterni, dai bordi piscina ai plateatici, dalle terrazze ai giardini, Woodco ha creato Externo, la collezione di pavimenti intelligenti e sostenibili per l'outdoor, realizzati con un ecomateriale a base di farine di legno e polietilene riciclato ad alta densità.



Disponibili in cinque colorazioni (Light Brown, Dark Grey, Ipe, Teak, Antique) e tre finiture di superficie (zigrinata, levigata o spazzolata), le doghe Externo sono state progettate per resistere alle radiazioni UV, alle alte e basse temperature, agli agenti atmosferici, al cloro, alla salsedine, agli insetti, ai funghi e ai microorganismi marini. Le prestazioni antiscivolo e antisceggiatura consentono di camminare tranquillamente a piedi nudi.

> www.woodco.it

BETA TOOLS

Nuova gamma di avvolgitori



Beta Utensili presenta la sua nuova gamma di avvolgitori: 21 modelli di avvolgicavi e avvolgitubi. Gli avvolgicavi sono disponibili in vari modelli con lunghezze da 10 a 30 metri, sezioni da 2x1,0 mm² a 5Gx1,5 mm² e tipologie di cavo H05VV-F e H07RN-F. La gamma include inoltre versioni con lampada a LED o con presa e spina Schuko. Tutti gli avvolgicavi, fino a una sezione del cavo di 3Gx2,5mm², sono dotati di protezione termica che entra in funzione in caso di sovraccarico del circuito elettrico.

Gli avvolgitubi sono disponibili nei modelli con lunghezze da 10 a 15 metri e con diametro da 8 e da 10 mm. Sono indicati sia per l'utilizzo con acqua, grazie a una tenuta senza perdite, sia con aria, in abbinamento a utensili pneumatici. Sono caratterizzati da durezza e resistenza agli urti e si distinguono per la loro praticità di utilizzo.

> www.beta-tools.com

VIMAR

Nuovi termostati Smart

Design elegante, linee pulite ed essenziali, spessore ridotto ed ergonomia funzionale. Questo è il nuovo termostato Smart da parete sviluppato da Vimar su due tecnologie: con connettività Wi-Fi e 4G LTE, per essere collegato alle reti mobili di ultima generazione.

Facile da utilizzare grazie ai comandi intuitivi, il nuovo termostato si presenta con un display, animato a matrice di LED che ne facilita la lettura anche da distante. La luminosità è regolabile su tre diversi livelli. Il display riporta solamente l'indicazione della temperatura che, grazie a un lieve movimento



basculante del frontalino, può essere impostata semplicemente facendo una breve pressione sul lato superiore o inferiore del termostato. Tutte le informazioni relative allo stato di connessione e a quello funzionale sono delegate alle intuitive icone. È controllabile da remoto tramite app View.

> www.vimar.com

PINTI INOX

Padelle Black & Wood

Le padelle Black & Wood sono state studiate per abbinare la praticità del manico soft-touch effetto legno, all'alluminio forgiato di elevato spessore con rivestimento antiaderente. Il bordo è rinforzato (4 mm) e il fondo in acciaio è adatto anche per l'induzione.

Una padella universale dunque che affronta qualsiasi fonte di calore ed esprime ottimamente le sue caratteristiche di cottura. Il contrasto visivo dei materiali coniuga praticità, resistenza, prestazioni e alto valore estetico. Proposta in diversi diametri.



> www.pintinox.com

TERAPLAST

Fioriera ecosostenibile Paros

Forme morbide, finitura piacevolmente rigata, rispetto dell'ambiente:

sono queste le caratteristiche di Paros, la fioriera ecosostenibile della linea Insula di tera, realizzata con plastica riciclata e riciclabile al 100%. La fioriera è disponibile in sei colori: clay, white, black, forest, fog e sand. È dotata di riserva idrica con indicatore di livello, che consente all'acqua in eccesso di essere raccolta e trasferita nuovamente alla pianta quando questa ne ha bisogno. Resistente sia alle basse temperature sia al caldo e ai raggi UV, la fioriera ecosostenibile Paros è disponibile anche con un pratico supporto in metallo. In questa versione, denominata Paros Kit, la fioriera può essere appesa.



> www.teraitaly.com

Navigando in internet e curiosando in giro per le fiere, abbiamo "scovato" i prodotti più innovativi...

Prendersi cura

delle piante in giardino o in terrazzo è un piacere ma può essere faticoso. Questo carrello è perfetto per spostare anche da soli vasi di diverse dimensioni, grazie al pratico gancio regolabile in altezza.



Questo mini vaso

per biciclette, fissato al manubrio con l'elastico in dotazione, consente di aggiungere un elemento floreale al proprio mezzo a due ruote e di sfoggiare i fiori di campo raccolti durante il percorso.



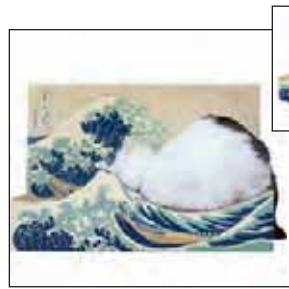
Per distinguersi

anche in piscina o in mezzo al mare come veri green lovers, questo gonfiabile a forma di foglia tropicale è il compagno di vacanze ideale. Realizzato in Pvc di alta qualità, misura 232x242 cm.



Questo tiragraffi

in cartone ondulato riproduce in 3D la celebre opera giapponese La grande onda di Kanagawa. Forse non basterà a salvare il divano, ma offrirà sicuramente spunto per tante foto artistiche al gatto di casa.



Sunshade Rocker

non è una semplice sedia portatile, poiché offre tanti plus: parasole integrato e orientabile, ammortizzatori molleggiati per massimo relax, porta bicchieri e cellulare, borsa per il trasporto.



Zen Garden Grow Kit

include tutto il necessario per costruire da zero un mini giardino zen, perfetto da tenere sulla scrivania per rilassarsi quando lo stress incombe: base, semi, dischetti in fibra di cocco, sabbia e rastrellino.



Herbaceous è un gioco

da tavolo in cui si vestono i panni di raccoglitori di erbe aromatiche e che prevede diverse modalità a seconda del numero dei partecipanti. Divertimento assicurato, anche senza pollice verde!



Esiste un annaffiatoio

che bagna le piante in autonomia? Ora sì: si tratta di una riserva d'acqua in vetro con tappo di sughero, da infilare nel terreno per assicurare idratazione alla pianta per qualche giorno.



C'è qualcuno che

non ama condividere la propria tenda in campeggio? Probabilmente sì, ma per tutti gli altri Ozark Trail ha ideato questa struttura con 5 stanze separate e indipendenti, oltre a un'area comune.



Organizzare un pranzo

in compagnia all'aperto è sempre divertente e ora anche facile, grazie a questa ingegnosa invenzione: un cestino da provviste che si apre totalmente diventando un pratico tavolino da pic-nic.





BETTER EQUIPMENT



PRONTI PER L'USO.

PER TUTTI I PROFESSIONISTI DELLA COSTRUZIONE
CANTIERE, INDUSTRIA E FAI DA TE!

Desiderate un'ottima attrezzatura per affrontare le sfide dei lavori in cantiere con tutte le operazioni e le attività da svolgere? Un bravo artigiano professionista come voi sa bene che cosa caratterizza un utensile perfetto – **DEVE ESSERE ESATTAMENTE COME VOI!** Resistente, robusto, abile nel lavoro di squadra, ingegnoso e sempre migliore, anche di poco. Insomma 4K5. Iniziamo subito!

Per maggiori informazioni contattare VEBEX:
tel. 02-90.29.72.34 - cell. 335-69.43.334



www.4K5tools.com

www.4K5tools.com



www.4K5tools.com



IL LABORATORIO M&T

SERVIZIO UNIFICHE

Il servizio laboratorio permette di realizzare diversi tipi di impianti sui cilindri a seconda delle esigenze del cliente



**KA • MK • GMK • Tandem • Impianto centrale • Cambio gorges
Ripristino trappola serrature • Duplicazione chiavi (no profili riservati)**



**! CHIEDI INFORMAZIONE AL TUO AGENTE DI ZONA
E SCOPRI COME ESEGUIRE UN ORDINE AL LABORATORIO M&T !**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL



MalfattiTacchini



MalfattiTacchini



MalfattiTacchini



+39 3342993500