

Quando non cede alla tentazione di usare le sirene del prezzo la ferramenta resta un riferimento

L'articolato programma di attività con cui i produttori supportano il canale tradizionale nasce infatti dall'apprezzamento per la sua capillarità e competenza. E proprio queste sono le leve che consentono a questi punti vendita di essere competitivi rispetto alla gd anche nella vendita degli abrasivi

Il mercato è caratterizzato da un andamento discontinuo. "Nel corso degli ultimi anni", afferma **Cristiano Lazzarini**, titolare della **NAT Abrasivi**, "il mondo degli abrasivi ha subito forti sollecitazioni; da un lato la richiesta pressante di prezzi sempre più bassi, per competere con gli importatori asiatici, dall'altro una ricerca continua di prodotti performanti e innovativi per ridurre i costi e i tempi di lavorazione, raggiungendo gradi di finitura/lucidatura sempre migliori. Quest'anno non si discosta dai precedenti e fa sentire sempre più la necessità, nel mondo della distribuzione classica a cui appartengono le ferramenta, di prodotti performanti e non solo a basso costo". Si dimostra positivo **Giovanni Gulino**, amministratore unico della **Allfix Italia** secondo cui "sembra che il mercato italiano si stia riprendendo dopo una lunga crisi. Sta anche aumentando la domanda di prodotti innovativi e di qualità. Per

questo motivo, in questo settore si sta assistendo alla nascita di nuovi prodotti sempre più specialistici e orientati al professionista". Una positività che è condivisa anche da **Daniilo De Biasi**, Responsabile Rivendita Italia di **Consiglio Abrasivi**. "Dopo alcuni anni di stagnazione che hanno seguito la crisi del 2009, dal 2016 ci sembra di vedere una mag-

gior continuità di lavoro da parte della maggioranza dei nostri clienti". L'analisi offerta da **Mistral** parla di un mercato "stabile e in leggera ripresa". Punta l'attenzione su un andamento discontinuo della domanda **Ezio Borroni**, Sales Manager di **Discotelsis**. "Purtroppo quest'anno nel settore si conferma l'andamento di quello scorso, cioè senza una regolarità degli ordini e con richieste di consegna sempre urgenti, perché, ormai, nessuno fa più un minimo di magazzino. In merito al fatturato è in media con l'anno precedente". **Luca Bordogni**, Ufficio Vendite di **Klingspor**, lega l'andamento del settore a quello del comparto produttivo italiano nel suo complesso. "L'anno in corso", afferma infatti, "è stato caratterizzato da un andamento dei consumi leggermente al di sotto delle aspettative ed esattamente in linea con il trend economico-industriale italiano. Il livello generale dei prezzi dei prodotti abrasivi si è purtroppo mantenuto basso, nonostante l'aumento dei costi", conclude sollevando un tema che viene ripreso anche da **Alessandro Gallazzi** - Sales Manager di **Norton MRO Italia (Saint Gobain)**. "Sicuramente c'è stato un incremento dei costi e della disponibilità delle materie prime nel panorama globale, che si è tradotto nella necessità di doversi adeguare rapidamente. Un'altra difficoltà è dettata dalla mancanza del credito per quanto riguarda l'economia locale italiana, oltre ad una prorompente crescita dei punti



Cristiano Lazzarini titolare di Nat Abrasivi



Foto Billigrandi

di distribuzione per gli specialisti. L'elevata fedeltà dei nostri distributori, consolidata in decenni di collaborazione, ci ha comunque permesso di mantenere degli ottimi livelli di distribuzione dei nostri prodotti".

Il mercato di sbocco principale resta quello interno

A differenza di altri comparti, dove l'incidenza dell'export arriva a sfiorare anche il 70 o l'80%, nel settore abrasivi il mercato italiano resta il riferimento

principale per i produttori. "Il nostro principale mercato resta l'Italia", premette **Cristiano Lazzarini**, titolare della **NAT Abrasivi**, "ma grazie al gruppo di cui facciamo parte, stiamo facendo crescere l'estero, che ad oggi ricopre

La gamma offerta e i plus che la caratterizzano

Abbiamo a catalogo tutti i diversi modelli di abrasivi che si trovano comunemente nelle ferramenta. Si va dai dischi da taglio per metalli, a quelli per cemento e pietra, ai dischi da sbavato per finire con i lamellari nelle versioni corindone e zirconio. Sono destinati principalmente agli utilizzatori professionali in quanto sono prodotti di fascia alta prodotti in Italia

Giovanni Gulino, amministratore unico della Allfix Italia

"Siamo una storica azienda italiana che opera nel mercato degli abrasivi, distributore del brand svizzero sia Abrasives dal 1923. Forniamo una gamma completa di prodotti e relativi accessori come dischi lamellari, fibrati, da taglio e sbavato, fogli, dischi in carta, tela e tessuto non tessuto, spugne abrasive, sviluppati specificatamente per garantire una finitura perfetta in tutte le applicazioni, dalla sgrossatura alla levigatura, dalla finitura sino alla microfinitura per soddisfare le esigenze applicative che vanno dall'industria alla massaia quindi con una qualità professionale a tutti i livelli"

Marcia Moro, marketing settore Fercolor & Interiors sia Biffignandi

"Dal 1939 collaboriamo con primari produttori tedeschi di abrasivi flessibili, nell'ultimo decennio abbiamo aumentato la nostra gamma introducendo prodotti commercializzati di alta qualità. Ci distinguiamo dai vari competitor avendo una produzione interna e proponendo prodotti di alta qualità, gamma completa e supporto tecnico direttamente sul campo"

De Biasi Daniilo, Responsabile Rivendita Italia di Consiglio Abrasivi

"Abbiamo una vasta gamma di produzione che va dai prodotti per la smerigliatura del metallo fino ai prodotti per la finitura a seconda delle esigenze del cliente. I nostri prodotti sono principalmente distribuiti da rivenditori ma possono essere venduti anche direttamente all'utilizzatore finale a seconda delle quantità. L'azienda ha un'esperienza da oltre 60 anni nel settore e abbiamo anche la possibilità di fare prodotti personalizzati per i nostri clienti"

Ezio Borroni, Sales Manager di Discotelsis

"La gamma dei prodotti Klingspor è molto estesa e sinteticamente può essere così descritta: Abrasivi flessibili: Tele e carte abrasive in qualsiasi allestimento (fogli, nastri, ruote lamellari, dischi ecc.); Abrasivi rigidi: Dischi da taglio e/o da sbavatura; Abrasivi diamantati: Dischi diamantati. Il nostro mercato è prevalentemente costituito da utilizzatori ultimi del prodotto (dal piccolo artigiano alla multinazionale), da convertitori e rivenditori di prodotti abrasivi. I nostri principa-

li tratti distintivi sono: l'elevato livello qualitativo dei prodotti unitamente a un prezzo ragionevole, consegne puntuali e la eccellente competenza del team tecnico-commerciale interno e sul territorio"

Luca Bordogni, Ufficio Vendite di Klingspor

"La gamma completa delle carte abrasive comprende circa 200 modelli suddivisi tra tipologia e tipo di grana. Si caratterizzano per la compatibilità con la maggior parte delle marche di elettrotensili e il packaging ad alta visibilità che permette di individuare in modo semplice e veloce il tipo di prodotto di cui si necessita"

Mistral

"La gamma di abrasivi NAT comprende sia gli abrasivi flessibili, come carte e tele abrasive, che gli abrasivi rigidi, come i nuovi dischi da taglio della serie Evo, che stiamo lanciando proprio in questi mesi. Sono rivolti ai professionisti del legno, del metallo, nell'automotive e nella nautica, senza trascurare l'edilizia e il fai da te. Ciò che ci distingue dai principali competitor, è senz'altro il servizio che cerchiamo di dare ogni giorno ai nostri clienti, la flessibilità nel cercare soluzioni su misura in termini di prodotto/formato, nel minor tempo possibile"

Cristiano Lazzarini, titolare della NAT Abrasivi

"Norton, marchio leader nella produzione di abrasivi, parte del gruppo Saint-Gobain, offre la più ampia gamma di abrasivi per l'intera industria, riuscendo a soddisfare i bisogni di qualsiasi cliente. La gamma è orientata su 3 livelli qualitativi per coprire tutte le esigenze. Propone le soluzioni più innovative per tutte le principali industrie tra le quali la fonderia, la produzione di utensili, l'industria di produzione di cuscinetti ed ingranaggi, l'industria medica, alimentare, il settore dei trasporti, l'edilizia ed il legno. È l'unico marchio che offre soluzioni per l'abrasione a 360° con elevato contenuto innovativo, basti pensare che in Saint-Gobain 1 prodotto su 4 venduto oggi non esisteva 5 anni fa. I nostri centri di ricerca e sviluppo, dislocati in tutti gli stabilimenti del mondo, garantiscono l'introduzione continua di innovazioni per tutte le nuove esigenze. Per questo motivo la classifica "Top Global Innovators 2017" stilata da Clarivate Analytics (già Thomson Reuters) ha incluso per il settimo anno consecutivo Saint-Gobain tra le prime 100 aziende ed istituzioni più innovative del mondo"

Alessandro Gallazzi - Sales Manager di Norton MRO Italia (Saint Gobain)

FERVI, IL RIFERIMENTO PER I PROFESSIONISTI DELLA MANUTENZIONE E RIPARAZIONE DA OLTRE 40 ANNI

Il Gruppo Fervi, composto da Fervi e dalla controllata Riflex Abrasives, è una delle realtà di maggiore rilievo nel settore della fornitura di attrezzature professionali in Italia. Fervi, con sede a Vignola in provincia di Modena, si rivolge ai professionisti che operano nell'officina meccanica, nell'officina auto, nella falegnameria, nel cantiere ed in tutti i contesti produttivi per le attività di manutenzione e riparazione (mercato MRO - Maintenance, Repair and Operations). L'offerta Fervi copre anche il segmento di mercato DIY, vale a dire il mercato dei prodotti per il fai-da-te in ambito casalingo e di bricolage, rivolto a hobbisti e in generale soggetti che utilizzano gli utensili Fervi a fini non professionali. Il 2018 sarà un anno da ricordare per Fervi. L'azienda ha festeggiato i 40 anni dalla fondazione, si è quotata all'AIM, la borsa italiana delle piccole e medie imprese ed ha lanciato il nuovo catalogo Fervi #40, sia in versione cartacea che digitale, con oltre 1.000 nuove referenze.



RIFLEX ABRASIVES IL PRODUTTORE ITALIANO DI DISCHI ABRASIVI LAMELLARI DI ALTA QUALITÀ E PRESTAZIONI

Riflex (Gruppo Fervi), nasce nel 1982, da oltre 35 anni vanta una specifica esperienza sia nella produzione di dischi lamellari che nella realizzazione di impianti automatici per la loro produzione, testing e confezionamento. Nel corso degli anni, l'azienda italiana, grazie all'impegno ed al know-how acquisito ha sviluppato una gamma prodotti ampia e profonda per rispondere ai professionisti più esigenti nei diversi ambiti di utilizzo. Riflex presidia direttamente l'intera filiera

produttiva, dalla partnership con i più importanti fornitori di materie prime alla realizzazione degli impianti automatici per la produzione ed il controllo qualità dei prodotti. I moderni impianti garantiscono alta qualità ed ampie possibilità di personalizzazioni legate alle caratteristiche tecniche del prodotto, all'immagine ed al packaging. Oggi Riflex è il produttore in private label di alcune fra le più importanti multinazionali e catene della GDO in ambito internazionale.



LA GAMMA DEGLI ABRASIVI FERVI SI ARRICCHISCE DELLA FAMIGLIA SMARTFLEX™

Fervi, nel proprio ampio catalogo, ha dedicato uno dei 7 Product Group alla gamma Abrasivi con all'interno sei famiglie di prodotto ed oltre 1.000 referenze (600 aggiunte nell'ultimo anno).

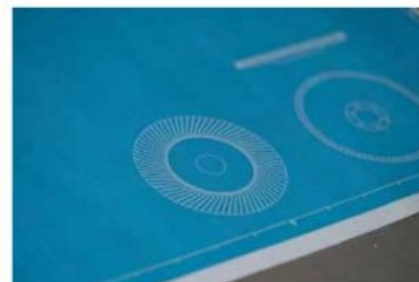
La vasta e competitiva gamma copre ogni esigenza di utilizzo, prestazione, durata ed economicità. Oggi la famiglia dei Dischi Lamellari si arricchisce della linea Smartflex™ prodotta da Riflex. La nuova linea, ideale per lavorazioni di esportazione e finiture, si distingue per il miglior rapporto prezzo/prestazioni oggi disponibile sul mercato. Le referenze disponibili variano per il tipo di supporto, in fibra di vetro o nylon, per il profilo, piano o inclinato, tipo di lamelle, singola o doppia, e sono tutte con abrasivo in zirconio con diverse grane.



DAI LABORATORI R&D DI RIFLEX: I DISCHI LAMELLARI DEL FUTURO

Con oltre 35 anni di esperienze, più di 10 miliardi di dischi abrasivi prodotti, oltre 300 impianti installati nel mondo, oggi Riflex è un leader e pioniere nell'innovazione e nella ricerca finalizzata alla produzione di dischi abrasivi. Le partnership maturate negli anni con i produttori

di materie prime (tele abrasive, supporti e colle), gli istituti di ricerca e l'interazione con le centinaia di migliaia di utenti professionali serviti in tutto il mondo hanno sviluppato competenze e know-how che oggi Riflex dedica alla ricerca ed allo sviluppo di soluzioni innovative. Da questo impegno e dalla collaborazione con un importante player internazionale, nasce una nuova linea specifica per le lavorazioni dell'alluminio, che verrà presentata in occasione della fiera BIMU a Milano. L'alluminio, sempre più utilizzato, assieme ai materiali compositi, ad esempio nell'industria automobilistica presenta diverse criticità se trattato con dischi abrasivi tradizionali. Oggi Riflex risponde a queste necessità con una nuova linea di dischi lamellari progettati per ottenere le massime performance su questo tipo di materiali, garantendo elevate prestazioni di esportazione attenuate a basse temperature di lavoro.



FERVI SpA
Via del Commercio 81
41058 Vignola (MO)
Tel. 059 767172
Email info@fervi.com
www.fervi.com

RI-FLEX ABRASIVES Srl
Via V. Bachelet, 1
41057 Spilamberto (MO)
Tel. 059 782712
Email info@riflex.com
www.riflex.com

l'8% del fatturato, aprendo dei distributori in Etiopia, Algeria, Francia, Spagna, Repubblica Ceca e Brasile". Il 90% del nostro fatturato è legato al mercato italiano, per quanto riguarda l'export siamo presenti principalmente sul mercato europeo", dichiara anche **Daniilo De Biasi**. Non fa eccezione **Giovanni Gulino** che spiega "quello italiano è sicuramente il nostro mercato di sbocco principale. Vendiamo anche all'estero, ma in percentuale minore, circa il 20%. In particolare in alcuni paesi europei, a Malta e in alcuni paesi del nord Africa". Si mostra più interessato ai mercati internazionali **Ezio Borroni**: "Serviamo sia il mercato interno che estero da ormai molti anni, ma la tendenza è sempre più per l'esportazione sia per paesi UE che extra UE". Un discorso a parte va fatto per i gruppi internazionali. "Siamo la filiale italiana dell'omonimo Gruppo multinazionale tedesco **Klingspor**", spiega **Luca Bordogni**, "e per policy aziendale il nostro mercato è esclusivamente quello italiano". Quando la filiale ha anche una produzione nel catalogo del network che fa capo alla Casa madre figurano anche i suoi prodotti. "Norton", precisa ad esempio **Alessandro Gallazzi**, "è presente con un network globale di 60 Sedi in 30 Paesi in tutti i continenti. I siti produttivi italiani, grazie all'elevato contributo tecnologico ed al know-how sviluppato negli anni, rivestono un ruolo importante in tutto il mondo. Il nostro sito di Colledara (Teramo) sviluppa dischi lamellari per tutta l'Europa. Lo stabilimento di Corsico produce troncatore di ampio diametro per tutto il mondo e lo stabilimento

di Caronno è la source mondiale per i prodotti di superfinitura". La focalizzazione sul mercato interno e l'attenzione alle sue esigenze dimostrata dai produttori viene premiata. "Per il mercato italiano siamo circa sul 30% dell'intero fatturato, con la previsione di un leggero incremento entro fine anno", è la previsione offerta da **Ezio Borroni**. Descrive un fatturato a segno positivo anche **Cristiano Lazzarini**: "Per noi il mercato Italia al momento è in crescita del 3% e pensiamo di chiudere con un +4%". "Nonostante il periodo di crisi evidente per tutti", precisa **Alessandro Gallazzi**, "i prodotti Norton, grazie alla grande capacità di adeguarsi ai cambiamenti di mercato, e all'unicità dei prodotti altamente tecnologici, non presentano cali di volume e fatturati, ma una crescita costante dal dopo crisi". Prevede un risultato in controtendenza rispetto al mercato **Luca Bordogni**. "L'andamento generale delle vendite di abrasivi durante il 2018 è da ritenersi leggermente in calo. Tuttavia, prevediamo di chiudere l'esercizio in corso con un fatturato in linea con il precedente anno". Parla di un andamento soddisfacente anche **Daniilo De Biasi**: "Per adesso possiamo affermare di avere una crescita a doppia cifra, che speriamo di poter confermare anche a fine anno". Parla di un trend a due cifre anche **Giovanni Gulino**. "In questo primo semestre la nostra azienda si è distinta per una forte crescita nei volumi di fatturato che presumibilmente continuerà per tutto il 2018 che pensiamo di chiudere con un incremento notevole, intorno al 20%".



Ezio Borroni Sales Manager di Discotelsal

I fattori di successo

Nell'attuale complesso scenario di mercato le aziende produttrici sono chiamate a affinare la propria strategia di approccio al mercato per emergere rispetto ai competitor e conquistare la fiducia degli utilizzatori finali. "Come partner italiano di sia Abrasives", spiega **Marzia Moro di Biffignandi**, "operiamo nel mercato nazionale e nell'ultimo anno abbiamo assistito a una crescita particolare di tutto il comparto del DIY e dell'hobbistica. Il settore Fercoler & Interiors registra un aumento globale di circa il 10% grazie ai nostri elementi di forza: puntare sulla professionalità e sull'ampliamento costante della gamma". La competenza conquistata negli anni sul mercato rappresenta un vero e proprio punto di forza. "Come ho già accennato", dichiara a questo proposito **Ezio Borroni di Discotelsal**, "abbiamo una lunga storia nel settore degli abrasivi - oltre 60 anni - e questo ci permette di conoscere bene le continue richieste dei nostri clienti e di studiare e personalizzare sempre nuovi prodotti". Da

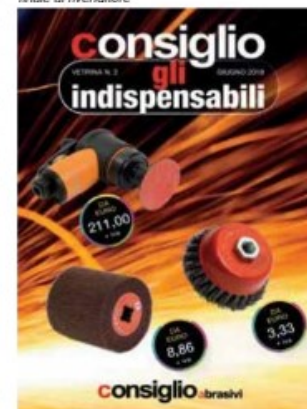
Mistral fanno sapere che la loro gamma di abrasivi viene utilizzata **Mistral** per "tutte le tipologie di lavoro che prevedano la levigatura del legno o la rimozione di colore o vernici". La capacità di innovare e ampliare la propria offerta di prodotto è un requisito essenziale quando si tratta di centrare gli obiettivi di crescita prefissati. "I fattori che più di altri hanno contribuito a sostenere il nostro fatturato sono sicuramente alcune novità di prodotto, l'export e un continuo impegno ad allargare e completare sempre di più la gamma dei prodotti trattati", dichiara al riguardo **Giovanni Gulino di Allfix Italia**. Sulla stessa linea anche **Luca Bordogni di Klingspor**, che riconosce: "L'allargamento della gamma dei prodotti è sicuramente da ritenersi un fattore chiave nella tenuta delle nostre vendite". E lo è tanto di più se è accompagnata dalla capacità di offrire alla clientela un supporto costante, come sottolinea **Daniilo De Biasi di Consiglio Abrasivi**: "Di sicuro la continua proposta di nuovi prodotti ci rende attivi e interessanti sul mercato, un fattore determinante, però, è il grande lavoro di affiancamento tecnico che facciamo quotidianamente assieme alla forza vendita dei nostri clienti". In questo come in tutti i mercati riuscire a strutturarsi per soddisfare le nuove esigenze si conferma cruciale. Si arriva a questo risultato rimodulando i servizi offerti, come ha fatto **NAT Abrasivi**. "La nostra clientela sicuramente apprezza la gamma completa di abrasivi in pronta consegna", precisa **Cristiano Lazzarini**,

"ma un ulteriore incentivo, sono le novità che proponiamo mensilmente, unite alle promozioni". Ma anche puntando su una puntuale e articolata strategia distributiva, come spiega **Alessandro Gallazzi di Norton MRO Italia (Saint Gobain)**. "La diversificazione della gamma, ovvero la capacità di soddisfare le necessità di tutti i clienti, attraverso un sistema di distribuzione costi organizzato: grande distribuzione per il privato, grande distribuzione per lo specialista, network di distributori su tutto il territorio e vendite dirette per i key account".

La Ferramenta è il canale privilegiato

Il canale tradizionale viene apprezzato per la sua capacità di mettere a disposizione della clientela una competenza specifica e una capacità di consiglio uniche. Un apprezzamento che, come si vedrà dalle riflessioni qui raccolte, si traduce in investimenti in attività di supporto dedicate. "Ormai da anni prestiamo parecchie risorse e attenzione a questo settore. I suoi plus sono la capillarità e la familiarità con i vari clienti, di contro è difficile trovare una grande competenza tecnica da parte di chi tratta una gamma così vasta di prodotti". Ne consegue che "la condizione ideale per stimolare il rivenditore è fornire nuovi prodotti, strumenti di vendita e tanto supporto tecnico" afferma **De Biasi Daniilo di Consiglio Abrasivi** osservando che "oltre ai classici prodotti tipo dischi da taglio, sbavo e lamellari anche le ferramenta stanno cercando di proporre sempre più prodotti tecnici per fidelizzare la propria clientela. Il forte orientamento al settore delle rivendite ha portato **Klingspor** ad "affinare una serie di strumenti importantissimi per mettere i rivenditori nelle migliori condizioni di lavoro. Tra questi", riferisce **Luca Bordogni** elencandoli: "un catalogo con oltre 50.000 referenze pronte e disponibili a magazzino, un servizio di logistica interna pronto ad effettuare consegne in tempi estremamente rapidi, un packaging dei prodotti moderno

Consiglio Abrasivi: il magazine "Gli indispensabili" mira ad alimentare la richiesta dell'utilizzatore finale al rivenditore



ed accattivante, un supporto marketing ai rivenditori che riteniamo formidabile (vasta gamma di espositori, display, flyers ed altri strumenti), una vasta gamma di prodotti pronti per il D.I.Y., un supporto tecnico qualificato alle ferramenta orientato alla digitalizzazione ed all'e-Commerce e un eccellente servizio tecnico-commerciale a supporto dei rivenditori". **Bordogni** riferisce che "i nostri prodotti più venduti nelle ferramenta sono i dischi da taglio e da sbavatura, le ruote lamellari con gambo oppure con foro, i nastri abrasivi fogli e dischi abrasivi. I nostri prodotti, per loro stessa natura, si addicono perfettamente alla vendita tramite ferramenta o utensilerie qualificate. L'adeguato rapporto qualità e prezzo dei nostri prodotti trova occasionalmente un limite di fronte a prodotti concorrenti meno qualificato e più economici", conclude. La strategia

Biffignandi: la gamma di spugne abrasive usa il colore per aiutare a individuare la spugna abrasiva più idonea



Discotelsal: flap in tessuto non tessuto



Allfix: disco abrasivo per acciaio



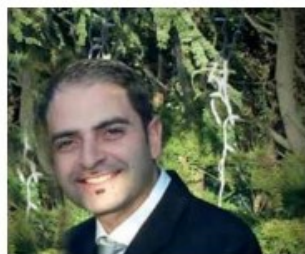
Alessandro Gallazzi Sales Manager di Norton MRO Italia (Saint Gobain)



Klingspor: il disco in tessuto-non tessuto NUT3500 per la finitura dei cordoni di saldatura in acciaio inossidabile è acquistabile in 4 gradi di finezza, adatti a partire dalla fase di sgrassatura a quella di lucidatura

di marketing di **Discotelsisal** e partecipare. "La ferramenta per noi è un canale molto importante", assicura **Ezio Borroni**, spiegando che "permette di raggiungere un mercato più al dettaglio. A loro offriamo anche la possibilità di personalizzare il prodotto con il nominativo

delle ferramenta sugli utensili, in modo da fidelizzare meglio la clientela". **Ezio Borroni** individua come "tipologie più adatte per la vendita in ferramenta gli utensili per le macchinette o satinatrici portatili, ruote miste con tela abrasiva o tutte in tessuto non tessuto abrasivo per le varie finiture principalmente nei diametri più piccoli". **Alessandro Gallazzi** di **Norton MRO Italia (Saint Gobain)** descrive un "programma dedicato alla ferramenta articolato su un assortimento di prodotti specifici per tutte le lavorazioni a mano, su utensile elettrico, pneumatico, per operazioni di sgrassatura e finitura su materiali ferrosi, legno, compositi, vernici e materiale edili. Una difficoltà si riscontra nel fatto che la fer-



Giovanni Gulino amministratore unico di **Allfix Italia**

ramenta/utensileria diventa sempre più generalista ed è nostro compito cercare di fornire soluzioni di merchandising e assistenza tecnica, per guidare il consumatore. Abbiamo sviluppato un sito internet (www.nortonabrasives.com/it-it) e un canale Youtube (Norton Abrasives

Le novità veicolate sul mercato

"L'ultima novità nel settore degli abrasivi è stata l'introduzione del disco multiuso, adatto per il taglio di metalli, materiali edili, plastica, legno, alluminio, ecc. Si tratta di dischi sottili disponibili nella versione piccola da mm. 115x1,8 e grande da mm. 230 x 2. Si caratterizzano per una resa elevata, una buona velocità di taglio e una lunga durata".

Giovanni Gulino, amministratore unico della Allfix Italia

"La gamma di spugne abrasive continua ad ampliarsi offrendo un prodotto con performance elevate (non perde il grano abrasivo, non si rovina negli spigoli...) in diversi formati e "modelli" (flex, block, plane) con un valore aggiunto: il colore. L'identificazione cromatica del prodotto infatti aiuta ad individuare la spugna abrasiva idonea all'applicazione ed al ciclo di lavoro da effettuare".

Marzia Moro, marketing settore Fercoler & Interiors sia Biffignandi

"Il giornalino "gli Indispensabili". È un promozionale con prezzi di vendita al pubblico che facilita la proposta ai nuovi clienti, mette in risalto i prodotti nuovi, di largo consumo e tecnici, generando l'interesse del cliente. L'obiettivo è quello di generare la richiesta diretta dell'utilizzatore finale al rivenditore".

De Biagi Danilo, Responsabile Rivendita Italia di Consiglio Abrasivi

"Unitec in tessuto non tessuto abrasivo, che per la loro costruzione più compatta permettono lavorazioni di micro sbavatura sui particolari in metallo ma senza rovinare o modificare la geometria iniziale del prodotto come accade per gli abrasivi rigidi tradizionali".

Ezio Borroni, Sales Manager di Discotelsisal

"Durante il 2018, la nostra azienda ha lanciato sul mercato:

una linea di dischi da taglio dallo spessore estremamente fine e dal livello di performance straordinario; una rinnovata gamma di dischi diamantati caratterizzati dal mantenimento di un taglio freddo e dalla lunga durata e una serie di dischi velcroati in carta oppure film in grado di garantire una finitura eccezionale di qualsiasi superficie verniciata".

Luca Bordogni, Ufficio Vendite di Klingspor

"Le novità che stiamo lanciando quest'anno sono i nuovi dischi da taglio NAT, ad alte prestazioni e la gamma di nuovi espositori da banco per i dischi a cambio rapido con l'innovativo attacco per smerigliatrice angolare. La caratteristica dei nuovi dischi da taglio rinforzati NAT, sta nella durata del disco, che risulta ben quattro volte superiore allo standard del mercato. Gli espositori con i nuovi dischi attacco rapido, uniti ai nuovi supporti, permettono ad un prodotto già presente sul mercato professionale, di essere utilizzato anche nel fai da te, con una normale smerigliatrice angolare per operazioni rapide di smerigliatura".

Cristiano Lazzarini, titolare della NAT Abrasivi

"Tra i prodotti destinati alla ferramenta ed utensileria, elenchiamo la tecnologia della nuova grana abrasiva Norton Quantum, un abrasivo che permette a dischi da taglio e da sbavo e mole da rettificazione, performance eccellenti in termini di durata e produttività. Citiamo poi un'altra innovazione "Vortex", riguarda i prodotti per la finitura superficiale dei metalli, in particolare di acciaio inossidabile. Questa innovazione garantisce rapidità della lavorazione, elevato livello qualitativo della superficie e risparmio di tempo in quanto permette l'eliminazione di alcuni fasi di lavorazione".

Alessandro Gallazzi - Sales Manager di Norton MRO Italia (Saint Gobain)

70 anni di esperienza e continua innovazione.

Fin dal 1948 produciamo utensili elettrici professionali, a filo ed a batteria, costruiti per soddisfare le esigenze dell'utilizzatore professionista a 360°. I prodotti HiKOKI sono il risultato finale di una grande esperienza e di una notevole abilità tecnica acquisite nel corso degli anni, inoltre godono di una invidiabile reputazione, per le loro eccellenti prestazioni, il loro design basato sul concetto di sicurezza e la loro lunga durata nel tempo.

HiKOKI
HIGH PERFORMANCE POWER TOOLS

Serie Multi Volt

La potenza di un utensile a filo La libertà della batteria

Nuove batterie Multi-Volt BSL36A18 e BSL36B18

La nuova generazione di batteria "Multi Volt" a doppio voltaggio, commuta automaticamente la tensione 36 V / 18 V a seconda dell'utensile connesso. È compatibile con quasi tutti gli attuali modelli 18 V e può essere ricaricata con gli attuali caricatori.

BSL36A18 - batteria a 36 V (2,5 Ah) / 18 V (5,0 Ah) di capacità equivalente alle attuali ottime BSL1850 (18 V - 5 Ah) ma che se utilizzate con i nuovi prodotti Multi Volt a 36 V consentono migliori prestazioni di durata in quanto, ad uguale potenza di erogazione, corrisponde una corrente inferiore del 50%, che provoca perciò meno calore da dissipare ottimizzando così le performance complessive della macchina.

BSL36B18 - batteria ad elevata capacità 36 V (4 Ah) / 18 V (8 Ah) che genera una potenza di 1.440 W. Questo valore è quasi tre volte superiore a quello della già performante batteria BSL1860 (18 V - 6 Ah) assicurando elevatissime performance dell'utensile durante applicazioni molto gravose.

Il pratico display posto frontalmente indica in 4 livelli la carica residua della batteria



MV
MULTI VOLT



Dal 1° Ottobre 2018 Hitachi Power Tools diventerà HiKOKI

HITACHI
HITACHI POWER TOOLS

HiKOKI
HIGH PERFORMANCE POWER TOOLS



De Elasi Gianni Responsabile vendite Italia di Consiglio Abrasivi

Emea) atti a soddisfare tutte le esigenze, in affiancamento ad un team di Application Engineer interno e venditori ed agenti sempre aggiornati che seguono un programma formativo molto intenso". La rete vendita è uno strumento di vicinanza cruciale anche per **Marzia Moro di Biffignandi** "Il settore è per noi strategico, Operiamo con la presenza sul territorio di forza vendita specializzata e tecnicamente preparata per offrire supporto alla distribuzione". In ferramenta, i prodotti più richiesti sono i dischi lamellari, i dischi fibrati e i rotoli di carta abrasiva. Un articolo sempre molto apprezzato è il nostro gancio da parete siamur, proposto in diverse tipologie e formati. Tra le caratteristiche importanti della ferramenta la **Moro** inserisce "la presenza capillare dei punti vendita sul territorio e il contatto diretto con il cliente che sempre più ha esigenze specifiche e cerca prodotti professionali di qualità anche per applicazioni non industriali. Anche se non sempre la politica di prezzo si coniuga con qualità e professiona-

lità". Considera "fondamentale" questo canale anche **Giovanni Gulino** della **Allfix Italia**, che spiega: "lo supportiamo attraverso continue campagne promozionali e supporti di formazione per i venditori. In genere nelle ferramenta prevale ancora il rapporto umano di fiducia tra venditore e cliente. Questo è molto importante, perché consente ai nostri rivenditori tradizionali di spiegare le differenze tra un disco di qualità prodotto in Italia e un disco economico di importazione e, quindi, di valorizzare il nostro prodotto", afferma prima di spiegare che "quasi tutta la nostra gamma è pensata per le ferramenta. Essendo prodotti di alta gamma per i professionisti si vendono un po' tutti i diversi modelli anche se i dischi abrasivi per metalli hanno una vendita notevolmente superiore a quelli per pietra, dove ormai sono molto più diffusi i dischi diamantati che sono anche presenti nel nostro assortimento".

L'approccio descritto da **Cristiano Lazzarini** della **NAT Abrasivi** è improntato a proporsi come partner e alleato della Ferramenta nel momento in cui "sta subendo un attacco da parte della grossa distribuzione, organizzata in centri del fai da te sempre più appetibili, in termini di gamma di prodotti offerti, prezzi e servizi. Noi", ribadisce, "crediamo nella distribuzione tradizionale, perché se modernizzata e ben preparata, può differenziarsi dai grossi centri commerciali, dando un supporto di consulenza e qualità di prodotto, all'acquisto e assistenza, in post vendita, che dall'altra parte l'utente non trova. Il nostro ser-

vizio punta proprio nella preparazione dei venditori, con corsi di formazione e perfezionamento gratuiti, e nell'assistenza per quel che riguarda la scelta dei prodotti e nella disposizione in negozio, con gli espositori più adatti. Questa consulenza ci ha permesso di aumentare le vendite notevolmente e di fidelizzare i clienti". Secondo **Lazzarini** "i prodotti abrasivi, adatti alla vendita in ferramenta, restano gli abrasivi sia rigidi che flessibili destinati alla lavorazione del metallo e per l'hobbista. Soprattutto per la seconda categoria, quella del fai da te, la ferramenta resta un distributore privilegiato. Il limite che incontriamo sovente, sta nella ricerca di prezzi sempre più bassi per rincorrere i grossi centri commerciali del fai da te. Questo è un grosso errore che purtroppo vedo fare sempre più spesso".

Mistral: la linea di Fil-Kreator offre una gamma di carte abrasive che soddisfa tutte le esigenze di lavorazione



Nat Abrasivi: per i dischi da taglio Nat l'azienda dichiara una durata 4 volte superiore allo standard del mercato



Norton MFO Italia (Saint Gobain): l'abrasivo Norton Quantum permette a dischi da taglio e da sbavare mole da rettificazione performance eccellenti in termini di durata e produttività



NEW ENERGY CERAMIC
RAPIDITÀ • LUNGA DURATA • PRECISIONE
FINITURA ACCURATA • EFFICACIA

