

IL DISTRIBUTORE INDUSTRIALE

DISTRIBUZIONE, VENDITA & MANAGEMENT

Supplemento al n. 04/20 di IEN Italia

ORGANO UFFICIALE DI



FNDI
Federazione Nazionale
Distribuzione Industriale



«Il Distributore Industriale deve adeguarsi a un'economia globalizzata offrendo al cliente, attraverso servizio e competenza, quello che i colossi online non riescono per natura a offrire»

Paola Moriondo, Amministratore Unico, Comitec Oleodinamica e Pneumatica Srl

IMMAGINE INDUSTRIA
Distribuzione Industriale
& Service

INTERVISTA
Diego Comella, AD
RS Components Italia

STRATEGIES
Analisi Confindustria
su Covid-19



Più conoscenza, più efficienza



Quando si parla di movimento, i cuscinetti volventi, le guide lineari e i cuscinetti a strisciamento sono indispensabili in moltissime applicazioni. Per sfruttarli al massimo delle loro possibilità, è necessario comprenderne a fondo il funzionamento. Il “Center of Competence” di Momo, con la sua offerta di corsi di formazione, assicura un programma di copertura delle esigenze individuali di conoscenza dei collaboratori tecnici e commerciali.



Editoriale	5	Strategies – Analisi Confindustria su Covid-19	26
Echi di Mercato	7	L'Azienda Informa – Riscaldatori a induzione	33
Executive Corner	8	Dal Mondo Doganale – La dogana per la sostenibilità	36
L'Intervista – Paola Moriondo	14	In... Formazione – Customer Experience	40
L'Intervista – Diego Comella	18	La Produzione	42
Immagine Industria – Distribuzione & Service	21	Notiziario FNDI	45
Immagine Industria – Paolo Agosteo	23	Elenco Aziende	46
Immagine Industria – Dario Gnemmi	25		



ISSN 1127-4506
 Centro Commerciale San Felice, 2
 20090 Segrate (MI)
 Tel. 02 7030631 – Fax 02 70306350
 www.ien-italia.eu
 (c) 2020 - TIMGlobal Media Srl con Socio Unico

IEN Italia
 Registrata presso il tribunale di Milano al No. 901 del
 30 dicembre 1998
 Euro 0,77
 Il Distributore Industriale è Organo Ufficiale di FNDI

Presidente: Orhan Erenberk
Amministratore Delegato: Cristian Son
Associate Publisher: Marco Marangoni
Redazione: Alessandro Ariu
Marketing Group Coordinator: Marco Prinari
Sales Executive: Giovanni Cappella
G.A. & Production: Valentina Razzini
Production: Francesca Lorini
Production Support: Giuseppe Mento

Informativa ai sensi dell'art. 13. d.lgs 196/2003

I dati sono trattati, con modalità anche informatiche per l'invio della rivista e per svolgere le attività a ciò connesse. Titolare del trattamento è TIMGlobal Media Srl con Socio Unico (già Thomas Industrial Media) - Centro Commerciale San Felice, 2 - Segrate (MI). Le categorie di soggetti incaricati del trattamento dei dati per le finalità suddette sono gli addetti alla registrazione, modifica, elaborazione dati e loro stampa, al confezionamento e spedizione delle riviste, al call center e alla gestione amministrativa e contabile. Ai sensi dell'art. 13. d.lgs 196/2003 è possibile esercitare i relativi diritti fra cui consultare, modificare, aggiornare e cancellare i dati nonché richieste elenco completo ed aggiornato dei responsabili, rivolgendosi al titolare al succitato indirizzo.

Informativa dell'editore al pubblico ai sensi dell'art. 13. d.lgs 196/2003

ai sensi del decreto legislativo 30 giugno 2003, n° 196 e dell'art. 2, comma 2 del codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, TIMGlobal Media Srl con

Socio Unico (già Thomas Industrial Media) - Centro Commerciale San Felice, 2 - Segrate (MI) - titolare del trattamento, rende noto che presso propri locali siti in Segrate, Centro Commerciale San Felice, 2 vengono conservati gli archivi di dati personali e di immagini fotografiche cui i giornalisti, praticanti, pubblicisti e altri soggetti (che occasionalmente redigono articoli o saggi) che collaborano con il predetto titolare attengono nello svolgimento della propria attività giornalistica per le finalità di informazione connesse allo svolgimento della stessa. I soggetti che possono conoscere i predetti dati sono esclusivamente i predetti professionisti nonché gli addetti preposti alla stampa ed alla realizzazione editoriale della testata. Ai sensi dell'art. 13. d.lgs 196/2003 si possono esercitare i relativi diritti, tra cui consultare, modificare, cancellare i dati od opporsi al loro utilizzo, rivolgendosi al predetto titolare. Si ricorda che ai sensi dell'art. 138, del d.lgs 196/2003, non è esercitabile il diritto di conoscere l'origine dei dati personali ai sensi dell'art. 7, comma 2, lettera a), d.lgs 196/2003, in virtù delle norme sul segreto professionale, limitatamente alla fonte della notizia.



sps

ITALIA

smart production solutions

PAD 3 - STAND F069

10^a edizione

SISTEMI LINEARI



componenti e sistemi di movimentazione lineare



www.mondial.it

La Distribuzione al tempo dello Smart Working



Mentre scriviamo queste righe siamo ancora nel pieno della pandemia da Coronavirus, che continua nella sua fase espansiva in Italia e nel mondo. Siamo certi che tutti voi abbiate dovuto avere a che fare, chi più chi meno, con le conseguenze di quella che è, e sarà ricordata, come un'**inattesa rivoluzione sociale prima ancora che economica**. Ma al di là degli inevitabili cambiamenti nella sfera privata, è soprattutto la dinamica lavorativa ad aver subito i maggiori contraccolpi.

Seppure la vostra azienda possa aver mantenuto la propria operatività, siamo certi infatti che almeno qualcuno tra voi lettori, o tra i vostri dipendenti, abbia continuato/stia continuando la propria attività in regime di **Smart Working**: parola talvolta guardata con sospetto, in particolare in Italia e specie nelle organizzazioni più "tradizionali", ma con cui molti si sono dovuti trovare inevitabilmente ad avere a che fare oggi.

Mettendo da parte il pensiero di ognuno di noi in merito, il dato di fatto è che ci troviamo di fronte, ancora una volta, all'ennesima cruciale prova per l'industria italiana e per il Distributore Industriale in particolare. E allora, se tale sfida va comunque accettata, perché non pensare a come trasformarla in un'opportunità? Può lo Smart Working rappresentare uno stimolo, un punto di partenza per spingere le aziende a **mettere in atto tutti quegli investimenti, anche infrastrutturali**, che si è sempre scelto di rimandare perché considerati non urgenti, ma che si rivelano oggi determinanti per un buon andamento del business specie di fronte a situazioni emergenziali?

Se è vero che è proprio nelle fasi di crisi che bisogna investire, allora questa è l'occasione giusta. D'altronde lo abbiamo ormai imparato: la Distribuzione Industriale, soprattutto in Italia, ha doti innate di **flessibilità e capacità di adattamento** superiori a quelle di altri Paesi e mercati, e anche rispetto agli altri attori della catena del valore. A maggior ragione oggi siamo certi che metterà in campo ancora di più le giuste risorse per rialzarsi e riaffermare il proprio **ruolo centrale nella filiera industriale**.

In un periodo di riprogrammazioni forzate è importante sfruttare al massimo la situazione per capire i propri punti di forza e di debolezza, ciò di cui si ha realmente bisogno e a cosa invece si può rinunciare o trasformare, per evolvere il proprio business.

Ci siamo spesso riempiti la bocca di parole sull'importanza dell'innovazione aziendale. Ora la realtà ci sta dicendo che **non è più tempo di parlare, ma di agire**. Perché è proprio in questa fase che si dovrà strutturare il nuovo modello di Distribuzione Industriale italiana post-crisi.

Siamo certi che il settore saprà cogliere al meglio l'opportunità, come ha sempre fatto in passato!

Alessandro Ariu
comunicazione@fndi.it

ICAM, INTELLIGENT SPACE SOLUTIONS

ICAM è un fornitore globale di **soluzioni automatiche intelligenti per lo stoccaggio e la distribuzione di materiali e merci**, progettate per le esigenze dei settori *Industrial, Healthcare, Office, Retail e City Logistics*.

Fondata nel 1957, oggi la mission aziendale è **aiutare persone e imprese a custodire e organizzare materiali e merci, e renderli sempre disponibili, in modo sostenibile, efficiente e sicuro**. Per fare questo, da oltre 60 anni, ICAM progetta e produce soluzioni su misura basate su **tecnologie altamente flessibili, modulari e interoperabili**, che aiutano i clienti a risparmiare tempo e denaro, sfruttando al massimo lo spazio disponibile.

Presente in **50 Paesi con oltre 4.000 installazioni** realizzate tramite un network di Distributori e Dealer autorizzati, ICAM vanta tra i propri clienti alcune tra le più importanti realtà leader in diversi settori industriali e non: ABB, AgustaWestland, Boeing, Bosch, FCA, Getrag, Giugiaro, GLS, Kevin Schurter, Isotta Fraschini, Lenze, Magneti Marelli, Masmec, Merck Serono Mermec, Philips, Schneider Electric, Siemens, Strumentazione Industriale, Thales Alenia Space, Tetra Pack, Tramec, Trenitalia, Würth, ecc.

La Ricerca e l'Innovazione sono le forze trainanti di ICAM e per questo, ogni anno, **il 10% del fatturato viene investito in R&S**, con attività focalizzate sull'approfondimento degli insight dei clienti e dei trend di mercato, con l'obiettivo di **innalzare gli standard tecnologici delle soluzioni offerte e creare soluzioni e servizi innovativi**

Tecnologie intelligenti, infinite possibilità di applicazioni

Il portfolio tecnologico di ICAM include una vasta gamma di soluzioni "intelligenti", studiate ad hoc per risolvere le esigenze di stoccaggio e distribuzione merce di aziende e organizzazioni operanti in diversi settori di business, in linea con il nuovo paradigma dell'Industry 4.0.

SILO, è la gamma dei sistemi automatici traslanti a sviluppo verticale che operano secondo il principio "merce all'uomo". Ai tradizionali modelli SILO mono - colonna (SILO^L e SILO^{XL}), negli anni ICAM ha aggiunto gli innovativi modelli multi - colonna (SILO² e SILO^{plus}) divenendo, ad oggi, il produttore con la più vasta gamma di magazzini automatici verticali.

RIGO, è la gamma dei sistemi automatici traslanti a sviluppo orizzontale, per lo stoccaggio e il picking veloce di materiali leggeri e/o di piccole dimensioni in locali bassi e in ambienti non industriali. Grazie al suo design modulare, RIGO può essere configurato da un minimo di 3 colonne di stoccaggio fino ad un massimo di 20 m di lunghezza.



COMPATTA è il sistema semi automatico costituito da scaffalature montate su basi mobili che scorrendo su rotaie opportunamente integrate nel pavimento che, grazie ad un meccanismo di motorizzazione, consentono di volta in volta l'accesso al materiale depositato mediante l'apertura del solo corridoio interessato. **COMPATTA** è disponibile in due versioni: **Cargo** per portate elevate e **Light** per portate più leggere.

PhygiBox è l'innovativa gamma di soluzioni "phygital" fruibili in modalità self-service, 24/7 che si declina in tre applicazioni di mercato principali: SafeBox, la soluzione self-service per lo stoccaggio ad alta densità, la distribuzione e la riconsegna 24/7 di DPI e strumenti di lavoro; BuyBox, la soluzione phygital per il New Retail omnicanale; CityBox, la soluzione phygital per la mobilità urbana delle merci e delle persone.

Punta di diamante del know-how tecnologico di ICAM è il sistema ASRV, il primo sistema di stoccaggio e movimentazione per pallet concepito con la logica dell'automazione distribuita, basato su veicoli intelligenti (Automated Storage & Retrieval Vehicle), che operano in flotta all'interno della struttura del magazzino.

Completano l'offerta, **dispositivi multimediali e interattivi di Pick-to-Light e per l'accesso sicuro al singolo articolo e il software di gestione dei magazzini**.

ICAM
INTELLIGENT SPACE SOLUTIONS

ICAM S.r.l.

S.P. 237 delle Grotte - 70017 Putignano (BA) - ITALIA - C.P. 129

Tel. + 39 080 4911377 - Fax + 39 080 4911529

Email: info@icamonline.eu - www.icamonline.eu

RS Components apre il primo punto vendita in Italia

Un ulteriore tassello verso lo sviluppo di una strategia di vendita multicanale

Lo scorso 5 febbraio RS Components Italia ha inaugurato un punto vendita a Vimodrone, accanto al suo centro logistico integrato per lo stoccaggio e distribuzione dei prodotti in tutta Italia. L'azienda ha deciso di espandersi anche nel fisico come ulteriore tassello della sua strategia di vendita multicanale.

«Siamo particolarmente orgogliosi di inaugurare il primo punto vendita di RS Components Italia quale parte integrante della nostra strategia tesa a fornire servizi a valore aggiunto ai nostri clienti. L'espansione nel fisico, che per il momento riguarda solo la Lombardia, si inserisce in questa strategia che pone cliente e chiaramente i nostri fornitori al centro del nostro business», ha commentato Diego Comella, AD di RS Components Italia.



Barlotti Srl entra a far parte del Gruppo Rubix

L'azienda di Sala Bolognese (BO) è specializzata nel settore delle lavorazioni delle materie termoplastiche

Dallo scorso mese di marzo, Barlotti Srl è entrata a far parte di Minetti Spa, brand del Gruppo Rubix. Barlotti Srl opera da oltre 30 anni nel settore della distribuzione industriale. L'azienda ha sede a Bologna dove è presente un'alta concentrazione di aziende del settore alimentare, imballaggi e bevande.

È specializzata nel settore delle lavorazioni delle materie termoplastiche e nella tecnologia applicata al power transmission per l'industria alimentare, farmaceutica, imbottigliamento e packaging. Queste le dichiarazioni riportate dall'azienda: «Siamo entusiasti di questo sviluppo, in quanto ci apre numerose opportunità di business e ci consente di approfittare dell'impronta europea del Gruppo Rubix e del posizionamento di leader in Italia di Minetti».



Schaeffler aderisce all'Hydrogen Council

L'obiettivo è quello di portare avanti la tecnologia dell'idrogeno in direzione dell'industrializzazione

Schaeffler è diventata membro dell'Hydrogen Council, un gruppo di interesse per l'idrogeno attivo a livello mondiale con sede in Belgio. L'iniziativa comprende 81 aziende leader nei settori di energia, trasporti e industria. L'obiettivo dei membri è quello di portare avanti la tecnologia dell'idrogeno in direzione dell'industrializzazione.

«Vogliamo dare forma a una mobilità sostenibile e neutrale in termini di CO2 per quanto riguarda l'intera catena energetica. Lo faremo sfruttando l'enorme potenziale futuro dell'idrogeno verde lungo l'intera catena del valore aggiunto», afferma Klaus Rosenfeld, CEO di Schaeffler AG. «L'adesione all'Hydrogen Council ci permetterà di stabilire tecnologie dell'idrogeno insieme a partner forti a livello globale».



Produzione industriale, peggiorano le stime

Nella relazione di CSC resa nota a inizio marzo, le prospettive per il 2° trimestre risultano in netto peggioramento dopo una prima fase di forte oscillazione

Introduzione

La produzione industriale nel primo bimestre mostra una forte oscillazione. In gennaio si è avuto un incremento dell'1,9% dovuto sia a una ricostituzione delle scorte sia a un effetto base (si confronta con livelli molto bassi a dicembre derivanti dalla forte caduta rispetto a novembre); in febbraio si è rilevato un calo dello 0,5%, spiegato solo in minima parte dagli effetti delle misure di contenimento della diffusione, in Italia, del Covid-19.

In particolare, l'impatto principale deriverebbe dalle interruzioni lungo le catene globali del valore a partire dalla Cina; l'effetto del blocco delle attività nella zona rossa, invece, è limitato poiché ha inciso solo per pochi giorni (dal 23 febbraio) e ha interessato un'area ristretta.

Le informazioni disponibili preannunciano un impatto più significativo nella produzione industriale di marzo e, soprattutto, in quella del secondo trimestre, quando si faranno sentire sull'industria gli effetti della caduta della domanda nel terziario.

L'impatto del Covid-19 interviene in un contesto di estrema debolezza dell'economia italiana, che già si muoveva sull'orlo della recessione.

Con i dati disponibili fino ad oggi questo rischio si materializza: il PIL è atteso in calo già nel primo trimestre e vi sono elevate probabilità di una caduta più forte nel secondo.

Variazione dello 0,5%

Il CSC rileva una diminuzione della produzione industriale dello 0,5% in febbraio su gennaio, quando è aumentata dell'1,9% su dicembre 2019.

Nel primo trimestre 2020 la variazione acquisita è di -0,2% con-

giunturale (da -1,4% nel quarto 2019). La produzione, al netto del diverso numero di giornate lavorative, arretra in febbraio del 3,7% rispetto allo stesso mese del 2019; in gennaio è diminuita del 2,6% sui dodici mesi.

Gli ordini in volume scendono dello 0,6% in febbraio su gennaio (-1,4% su febbraio 2019), quando sono aumentati dello 0,2% su dicembre (-0,6% annuo).



Il primo bimestre 2020 registra una variazione acquisita della produzione di -0,2% rispetto al quarto 2019. Fino a febbraio l'impatto delle misure di contenimento della diffusione in Italia del Covid-19 risulta essere ancora limitato nell'industria ed è riconducibile quasi esclusivamente alle interruzioni lungo le catene globali del valore, originate dalla mancata produzione in diversi distretti della Cina.

Per quanto riguarda invece gli effetti diretti, dipendenti dal primo blocco delle attività deciso dalle autorità in alcuni comuni italiani, in febbraio al momento sono marginali per due ragioni: il decreto è entrato in vigore il 23 febbraio e ha interessato un'area ristretta, con una quota di industria pari a circa il 20% del tessuto produttivo locale (<0,1% del valore aggiunto nazionale).

A fronte di un limitato shock negativo sul fronte dell'offerta nel periodo di rilevazione, l'economia italiana si trova ad affrontare uno shock della domanda i cui effetti sono iniziati alcune settimane fa e oggi sono diffusi e profondi nel comparto dei servizi: in alcuni settori (ristorazione, alloggi, trasporti, attività di intrattenimento e di divertimento) il calo della domanda si è accentuato drammaticamente dopo la scoperta dei focolai di Covid-19 in Italia.

In particolare hanno contribuito il forte e repentino rallentamento dei flussi turistici verso l'Italia e le crescenti preoccupazioni che hanno modificato radicalmente i comportamenti delle famiglie.

Gli effetti della diminuzione dell'attività nel terziario non sono ancora stati colti dalle statistiche sull'industria in febbraio, ma saranno già evidenti nei report di marzo e, ancora di più, nei mesi primaverili.

Nei prossimi mesi, inoltre, inizieranno a farsi sentire in Italia le conseguenze della diffusione del virus nel resto d'Europa e saranno tanto più forti quanto più le misure saranno radicali nei Paesi legati da relazioni commerciali con l'Italia (blocco delle attività e dei movimenti di persone).

Alla luce delle informazioni disponibili fino ad oggi (3 marzo), c'è da attendersi un calo del PIL italiano già nel primo trimestre, specie a causa della caduta del valore aggiunto nei servizi, e - se la situazione non migliorerà rapidamente (uno scenario che al momento appare improbabile) - un peggioramento della dinamica nel secondo, quando anche l'industria registrerà importanti contraccolpi.

Un'indagine condotta presso le imprese associate a Confindustria (vedi articolo a pag. 26-31) conferma questo scenario, evidenziando un calo della domanda (per la maggior parte di quelle intervistate) che si ripercuoterà sull'attività dei prossimi mesi.

L'entità dell'impatto sul PIL è difficile da quantificare e dipenderà dalla durata e dalla diffusione della crisi sanitaria a livello nazionale e internazionale.

In assenza di misure efficaci e tempestive di politica economica - non solo in Italia - il rischio peggiore è che si verifichi un avvitamento tra shock della domanda e dell'offerta in grado di provocare una forte e prolungata recessione.

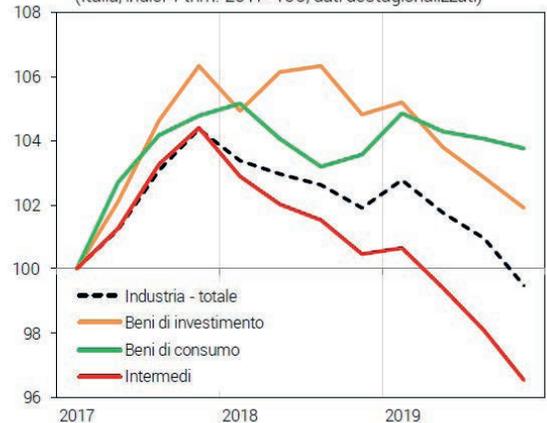
FOCUS SUL PRIMO BIMESTRE 2020

Il quadro prima della diffusione di Covid-19

A inizio 2020 è persistita una sostanziale stagnazione, che segue la flessione di fine 2019 (-0,3% stimato nel 4° trimestre). Dopo il tonfo della produzione a dicembre, l'industria inizia l'anno ancora debole ma con segnali di stabilizzazione, in base al PMI (Purchasing Managers' Index) risalito a 48,9 a gennaio e agli ordini manifatturieri in deciso recupero.

Tengono i servizi, dove il PMI è salito a gennaio (51,4), continuando a segnalare debole aumento dell'attività, fin dalla metà del 2019.

Industria: produzione in calo a fine 2019, specie di beni intermedi (Italia, indici 1 trim. 2017=100, dati destagionalizzati)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

Occupati stabili

L'occupazione è rimasta pressoché ferma nella seconda parte del 2019, dopo l'espansione nei primi sei mesi (circa +200mila unità) trainata dal tempo indeterminato. In lieve aumento solo la componente temporanea (+58mila) complice la frenata del PIL e le prospettive incerte.

Export in difficoltà

L'export ha registrato dati negativi a novembre-dicembre, ma resta su un trend espansivo: sia le vendite extra-UE (+1,8% nel 4° trimestre) sia, molto meno, quelle intra-UE. È trainato dai mercati di Svizzera e Giappone; pesa la crisi dell'industria in Germania e vanno male le vendite negli USA, per i nuovi dazi.

Incerto l'inizio 2020: gli ordini esteri migliorano ancora a gennaio, ma restano ridotti e non incorporano un impatto da coronavirus. Cala intanto l'import, specie dai paesi extra-UE.

Esaurita la ricomposizione del lavoro verso il tempo indeterminato? (Italia, migliaia di unità, dati mensili destagionalizzati)

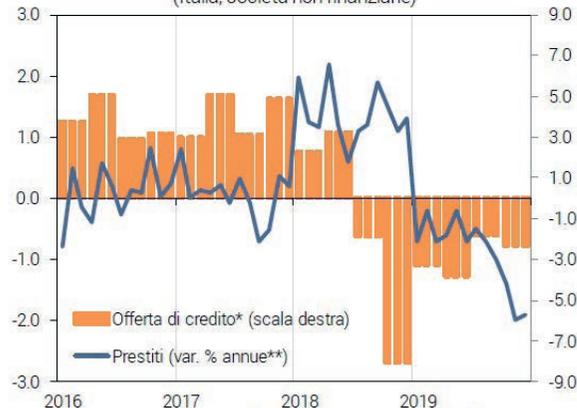


Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT, Rilevazione sulle Forze Lavoro.

Segnali contrastanti sui consumi

A gennaio la fiducia delle famiglie è aumentata per il 2° mese di fila, con attese più favorevoli su disoccupazione e situazione economica e giudizi migliori sul bilancio familiare; viceversa, le immatricolazioni di auto sono scese del 6,8% (dopo il +2,2% a dicembre) e gli ordini interni dei produttori di beni di consumo sono rimasti stabili, su valori modesti (-13,7).

La restrizione dell'offerta assottiglia i volumi di credito bancario (Italia, società non finanziarie)



* Condizioni accesso, rispetto al trimestre precedente, saldi delle risposte.

** Corretto per l'effetto di cartolarizzazioni e altre cessioni di prestiti.

Fonte: elaborazioni CSC su dati Banca d'Italia.

Manca il credito alle imprese

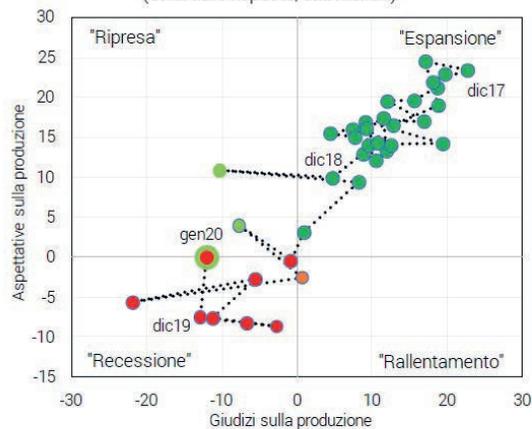
Il calo dei volumi di prestiti si è consolidato al -1,9% annuo a dicembre, riflettendo il progressivo restringimento delle condizioni di offerta, segnalato dalle indagini qualitative di Banca d'Italia e ISTAT. Buone notizie dal costo del credito, che resta ai minimi (1,4% a dicembre).

Spread sovrano in calo

A febbraio il rendimento del BTP decennale è tornato sotto l'1% (0,95% medio). Calano meno i tassi negli altri paesi dell'Eurozona (Germania -0,42%). Perciò lo spread dell'Italia è ridisceso ai minimi (137 punti).

Proseguono gli acquisti BCE (32 miliardi di euro di titoli pubblici e 12 miliardi di corporate tra novembre e gennaio), cruciali per segnalare ai mercati la policy di tassi bassi.

L'industria tedesca si muove verso la ripresa a inizio 2020 (Saldi delle risposte, dati mensili)



Fonte: elaborazioni CSC su dati Commissione Europea.

Petrolio ed Euro in altalena

Il prezzo del petrolio è caduto a 55 dollari a febbraio, per i timori di una minore domanda dalla Cina, da un picco di 69 dollari a inizio 2020, toccato per l'instabilità in Iran. Nello stesso periodo, l'euro si è indebolito rispetto al dollaro (1,10 da 1,12).

Le Borse dei paesi avanzati, invece, mantengono un profilo crescente a febbraio, dopo qualche flessione subita a fine gennaio.

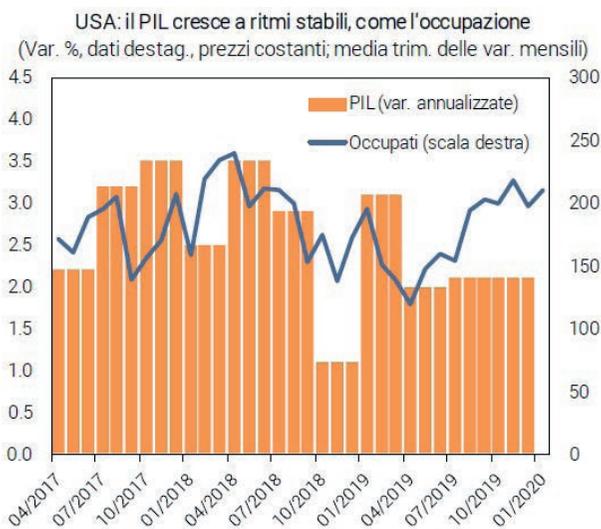
L'Eurozona cresce poco

L'Eurozona ha chiuso il 2019 con un +0,1% di PIL, passo ridotto dal +0,3% nel 3° trimestre. Determinante il calo della produzione

nell'industria, che a dicembre ha registrato un -2,1%; male soprattutto i beni strumentali (-4,0%).

Anche a inizio 2020 le imprese industriali lamentano una riduzione dell'utilizzo della capacità produttiva (all'80,9%).

Il ridimensionamento è dovuto alla domanda di beni, giudicata carente da un terzo delle imprese. Reggono, invece, i servizi (PMI a 52,5 a gennaio).



Brexit, infine

Nel Regno Unito la certezza di un governo stabile e l'inizio della Brexit sembrano aver ridato un po' di slancio all'economia.

Tuttavia, restano da sciogliere alcuni nodi fondamentali, soprattutto le future relazioni commerciali con la UE.

Ciò spiega perché, seppure in lieve miglioramento, la fiducia dei consumatori e la Sterlina restano basse, rispetto ai livelli pre-Brexit.

Scambi incerti

Il commercio mondiale chiude il 2019 con un calo nel 4° trimestre e in media d'anno, per la prima volta dal 2009.

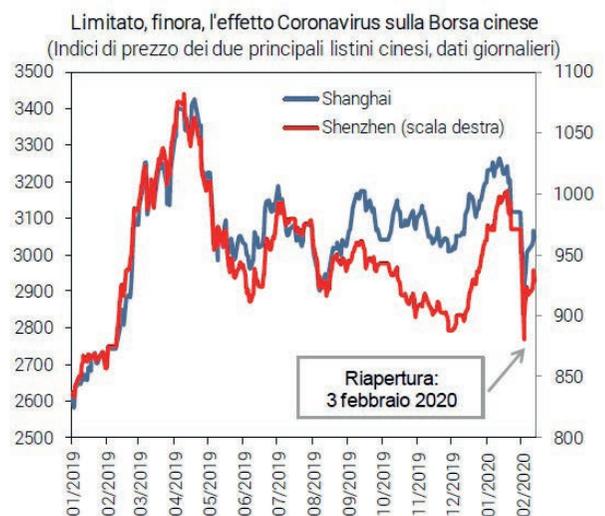
Buoni segnali per inizio 2020, ma prima del coronavirus: migliorano gli ordini esteri del PMI globale (sotto la soglia di 50) e cala dai massimi l'incertezza geo-economica.

USA in carreggiata

Nel 4° trimestre è proseguita la crescita USA, allo stesso ritmo del precedente (+2,1% annualizzato), seppure in rallentamento da inizio 2019.

In forte calo gli investimenti privati, mai così negativi negli ultimi anni, per tre trimestri consecutivi, segnale di una possibile ulteriore frenata.

Ancora positivo, invece, il contributo dei consumi delle famiglie, spinti da un solido mercato del lavoro, dove il numero di occupati a gennaio ha sorpreso di nuovo al rialzo (+225mila unità).



Fonte: elaborazioni CSC su dati Thomson Reuters.

Cina in emergenza

Le borse cinesi hanno fatto appena in tempo a brindare all'accordo nella prima fase di negoziati commerciali con gli USA, che si sono trovate a sostenere le conseguenze del coronavirus.

Domina l'incertezza sui tempi di rientro dell'emergenza sanitaria e già si sono prodotti effetti negativi reali in trasporti, turismo, consumi domestici, attività di molte imprese, spesso parte di catene del valore internazionali.

Gli indicatori economici daranno presto conto di questi impatti.

Fonte CSC Confindustria
(dati aggiornati al 3 marzo 2020)

ICAM, Würth Italia e Hevolus vincono il premio SMAU

Il riconoscimento è arrivato grazie allo sviluppo del Würth Automatic Store

Il progetto Würth Automatic Store è valso a Würth Italia, Hevolus Innovation e ICAM il Premio Innovazione SMAU 2019, a conferma dell'impegno nello sviluppo della cultura dell'innovazione e nell'offerta di servizi sempre più efficienti.

Ideato per efficientare e facilitare l'esperienza di acquisto e ritiro dei prodotti, Würth Automatic Store è un punto vendita che unisce alla possibilità di comprare sul posto quella di ritirare gli acquisti effettuati online in orari flessibili.

Il progetto integra il canale offline e quello online con il BuyBox, un touchpoint phygitale fruibile in modalità self-service. Dopo il lancio del primo negozio automatico pilota nel Nord Est del nostro Paese, si prevede di lanciare altri Würth Automatic Store su tutto il territorio nazionale, in distretti/zone industriali di porti, aeroporti, grandi cantieri.



Il 2019 di SKF all'insegna della stabilità

Ufficializzati i dati sull'anno appena trascorso, che si conferma in linea con i trend di mercato

Un 2019 a due facce, ma sostanzialmente solido. Questo in sintesi il risultato dell'andamento del Gruppo SKF, reso pubblico lo scorso 11 febbraio durante la consueta conferenza annuale di SKF a Torino. Dopo un primo semestre caratterizzato da domanda stabile, si è evidenziata una certa flessione nei restanti sei mesi dell'anno. Tuttavia, un'attenta gestione dei costi ha permesso, specie nel quarto trimestre, di ridurre il debito e di aumentare gli investimenti nell'ambito della produzione e della ricerca e sviluppo. Grazie a ciò inoltre il Consiglio di Amministrazione ha proposto di aumentare il dividendo agli azionisti.

Ezio Miglietta – AD di SKF Industrie – ha sottolineato come per l'Italia il 2019 abbia registrato un calo sostanziale, ma in misura inferiore rispetto a quanto paventato a fine 2018.



Il Comer Accumulator Service Centre

Un distributore certificato Parker che offre un team di assistenza tecnica per accumulatori

Comer Accumulator Service Centre è un distributore Parker certificato che offre un'assistenza di qualità, insieme a prestazioni, efficienza e sicurezza massimizzate. Con la formazione e la certificazione fornite da Parker, Comer offre una conoscenza e una competenza approfondita dei prodotti.

I clienti possono beneficiare di servizi quali il miglioramento del sistema, nonché la manutenzione degli accumulatori, la ricertificazione e la precarica, insieme a verifiche, ispezioni programmate e ampio magazzino ricambi. In caso di assistenza interna l'accumulatore viene inviato a Comer, mentre per le soluzioni mobili il Service Centre viaggia, con le attrezzature, fino al sito del cliente utilizzando un proprio veicolo.





THIS IS PARKER

La Sfida

Costruire
le macchine
del domani

Le innovazioni tecnologiche di Parker permetteranno ai propri partners di liberarsi dalla dipendenza dai motori Diesel, focalizzandosi sull'efficienza energetica e il minore impatto ambientale.

parker.com/it



ENGINEERING YOUR SUCCESS.

Servizio e competenza per vincere la sfida della globalizzazione

Intervista esclusiva a Paola Moriondo, Amministratore Unico di Comitec Oleodinamica e Pneumatica Srl

Paola Moriondo racconta a Il Distributore Industriale la storia e le principali attività della sua azienda con sede a Pomezia – specializzata principalmente nella commercializzazione di componenti oleodinamici e connessioni per alta pressione per impianti esistenti in manutenzione o riparazione – e il rapporto consolidato e proficuo con Parker Hannifin.

Ci può raccontare la storia di Comitec e come si è sviluppata l'azienda fino ad oggi?

La Comitec è un'azienda familiare ed io rappresento la terza generazione. Dopo la crisi del 1929 mio nonno, che era rimasto disoccupato, ebbe l'opportunità di aprire la filiale del centro sud di una ditta di Saronno che produceva ruote per vetture e autocarri. Lo scenario economico si prestava in modo ottimale per lo sviluppo del business, anche in considerazione del boom delle vendite delle auto nel centro sud della penisola. Così si trasferì da Torino a Roma dove aprì in piazza San Pietro un commissariato senza deposito. Mi raccontava, ovviamente scherzando, che il Papa lo salutava tutte le mattine dal balcone. La situazione logistica della Capitale era ovviamente ben diversa da quella che poi si sviluppò nei decenni a seguire. Le attività economiche, anche legate al comparto industriale, venivano svolte all'interno della cinta del Gran-

de Raccordo Anulare. Il traffico ed i servizi consentivano ancora di poter svolgere l'attività all'ombra del "Cupolone", in pieno centro, senza nessun problema.

Negli anni Cinquanta mio padre Guido, contemporaneamente alla fine del suo corso di studi Universitari, cominciò a lavorare in azienda e introdusse quella che allora era una nuova tecnologia: l'oleodinamica. Girando tra i suoi clienti abituali,

prevalentemente gommisti o fabbriche di piccoli veicoli, notò che si stava facendo largo una serie nuova di macchinari per la stallonatura di pneumatici ad azionamento pneumoidraulico. Da lì comprese che il futuro del lavoro si sarebbe potuto indirizzare proprio sul comparto dei ricambi per quelle macchine (guarnizioni, tubi, valvole) e iniziò a commercializzare prodotti provenienti dagli Stati Uniti.

Lavorò per un po' come rappresentante di produttori americani, fornendo ricambi ad una moltitudine di clienti presenti nel centro Italia, poi, nel 1972, quando in Italia ormai l'oleodinamica aveva cominciato a svilupparsi, decise di mettere su un magazzino e si trasferì da San Pietro, sede storica ma divenuta angusta, alla Romani-



Comitec Oleodinamica e Pneumatica opera dal 1972 nei settori della oleodinamica, della pneumatica e delle forniture per l'industria

na. Questa scelta fu anche dovuta alle esigenze sempre crescenti dei clienti che avevano necessità dei materiali di ricambio in tempi più brevi rispetto ad una spedizione via container dagli Stati Uniti.

Nacque così la Commerciale Italiana Tecnica, magazzino che allora era tra i maggiori in Europa. Le attività erano molto effervescenti anche grazie al fatto che l'oleodinamica era ormai presente a bordo di tutti gli impianti di automazione industriale e non, compreso il comparto delle macchine operatrici e movimento terra.

A partire dagli anni Ottanta io e mio fratello abbiamo iniziato a lavorare in azienda durante gli studi universitari, intravedendo le enormi potenzialità dell'Azienda.

Nel 1998 abbiamo perso nostro padre e preso in mano l'azienda a tutti gli effetti. Poi mio fratello Luca si è dedicato ad un più specifico comparto nel settore ferroviario, io invece sono rimasta alla guida dell'Azienda.

Nel frattempo, nel 2006, ci siamo trasferiti nel distretto industriale di Pomezia. La logistica della Capitale era ulteriormente cambiata, e la zona che era stata scelta per fondare la Comitec era ormai divenuta una zona commerciale a tutti gli effetti, non più in grado di essere ottimale per i servizi che ci occorreavano (in particolare i trasporti). Nel settembre 2019, consapevoli delle potenzialità del mercato pontino e consci della necessità di essere presenti in aree prossime alla nostra clientela, abbiamo aperto il ParkerStore di Latina sulle fondamenta di una preesistente realtà di ricambistica.

Quali sono i prodotti principali da voi distribuiti e quali servizi offrite?

L'azienda commercializza componenti oleodinamici che soddisfano la richiesta di ricambi per impianti esistenti in manutenzione o riparazione. Presso i due punti presenti del Lazio (Pomezia e Latina) abbiamo una stazione di montaggio e collau-

do di tubi flessibili raccordati per basse, medie, alte e altissime pressioni.

L'esigenza del mercato ci ha portato verso un controllo elevato nella produzione del tubo flessibile arrivando a flussarlo per evitare contaminazioni in impianti particolarmente delicati, a testarlo in pressione per garantire la qualità dell'assemblaggio. Ogni tubo flessibile viene marcato per poter essere tracciato e riconoscibile in tutto il mondo. Questo avviene grazie al Parker Tracking System™ (PTS), un sistema che genera e assegna un codice di identificazione unico per ciascun gruppo di tubi flessibili e, una volta stampato su un codice a barre o su un'etichetta RFID di lunga durata, fornisce un'identificazione dei prodotti rapida e precisa così da agevolare interventi e sostituzioni.

Fin dalle origini, per accontentare le esigenze dei nostri maggiori clienti, abbiamo iniziato a progettare e costruire centraline oleodinamiche fino a 1000 litri, inserendole in nuovi impianti o incrementando impianti esistenti. Assistiamo la clientela dal dimensionamento, progettazione, scelta dei componenti fino alla costruzione, montaggio e collaudo completando la fornitura con la realizzazione dei tubi flessibili e rigidi per i collegamenti e le necessarie certificazioni. I nostri servizi, quindi, sono globali e partono dall'analisi dell'esigenza del cliente fino al montaggio presso i loro impianti.

Per essere ulteriormente attenti alle esigenze della nostra clientela, abbiamo messo in servizio due Hose Doctor, furgoni attrezzati per interventi di sostituzione tubi flessibili direttamente presso il cliente. Questa attività consente una ipotesi di fermo zero per impianti industriali, esigenza sempre più sentita dalla clientela.

Abbiamo inoltre un furgone attrezzato con prodotti Enerpac per dimostrazioni di prodotto che dispone anche di attrezzatura per il serraggio in coppia controllata e certificata, il tutto per servizi a domicilio per le Aziende che si occupano del mon-

taggio di grossi impianti, gru e flange nel settore delle raffinerie e della produzione di energia da fonti rinnovabili.

Altra attività importante e richiesta, visti i tempi da Green Economy, riguarda il flussaggio dell'olio presso gli impianti della nostra clientela. Attraverso specifici macchinari e strumenti di diagnosi siamo in grado di verificare il grado di contaminazione dell'olio e portarlo al livello richiesto.

Com'è strutturata la vostra clientela e quali sono i vostri clienti di riferimento? Operate più con gli OEM o con il mercato MRO?

La nostra clientela è molto varia e per questo è importante la flessibilità sia nell'offerta dei prodotti che nei servizi da proporre. Forniamo grossi enti pubblici o a partecipazione statale, municipalizzate, grandi aziende, piccoli costruttori, officine, montatori industriali. A tutti loro ci rivolgiamo con proposte ed esigenze ritagliate ad hoc.

La nostra offerta si rivolge ai più disparati settori di mercato: PowerGen, attrezzature aeroportuali, militari, navali, di condizionamento e nel settore meccanico.

Nel Lazio, che è la zona nella quale operiamo maggiormente, non sono presenti grandi costruttori. Tuttavia, cerchiamo di essere presenti anche presso le realtà più piccole, offrendo presenza, servizio, assistenza pre e post-vendita. Ci occupiamo anche di attività di manutenzione per alcuni selezionati clienti.

Come è nata la collaborazione con Parker e come si è sviluppata negli anni?

Per quello che posso ricordare, Parker c'è sempre stata in Comitec. Quando ho iniziato a lavorare avevamo contratti di distribuzione con altri brand leader del mercato. Per Parker commercializzavamo i raccordi triple-lok (raccordi e adattatori con filettature in uso prevalentemente negli USA). Poi, complici le nostre vicende e

quelle di Parker, ci siamo trovati ad andare nella stessa direzione, ovviamente con le debite differenze dimensionali.

La Parker negli anni Novanta ha completato la gamma di prodotti del settore connector e noi avevamo l'ambizione di armonizzare l'offerta. L'idea di sposare a 360° il pacchetto Parker è sempre stata presente sino dagli anni Ottanta. Sempre di più abbiamo così deciso di orientarci verso un unico interlocutore che a quel punto non poteva essere che Parker visto che negli anni la collaborazione si era fatta sempre più stretta e l'offerta di Parker era diventata completa ed esaustiva per il nostro mercato.

Alla fine degli anni Novanta abbiamo iniziato a parlare di ParkerStore che però, per ragioni di spazio, abbiamo potuto re-

alizzare solo nel 2006, anno del nostro trasferimento a Pomezia.

Che cosa significa per voi potervi avvalere di due ParkerStore?

A causa delle caratteristiche del mercato in cui operiamo, non siamo mai stati un distributore tradizionale. Abbiamo sempre avuto la vendita al banco, eravamo aperti addirittura il sabato per soddisfare le esigenze delle officine e del mercato agricolo. Nel tempo chiaramente le esigenze sono cambiate e noi abbiamo sempre cercato di accontentare i nostri clienti. Il concetto di ParkerStore ci stava a pennello! Dovevamo solo aggiungere un'area in cui il cliente potesse scegliere da solo e toccare con mano il materiale che gli occorreva.

Nel tempo la clientela era diventata più consapevole, aveva imparato a conoscere meglio il prodotto e noi saremmo stati sempre lì a consigliare e guidare.

Una volta avviato il ParkerStore di Pomezia, formato i ParkerStore Managers e fidelizzato la clientela, aprire a Latina è stata un'evoluzione naturale. Abbiamo infatti intenzione di aprirne altri nel Lazio, nelle aree più industrializzate, con l'intento primario di poter dare un servizio ed una presenza sul territorio. Penso che i clienti abbiano bisogno di un punto di riferimento, una struttura che sia riconoscibile e facilmente raggiungibile dove trovare esperti del settore che possano consigliarli per il meglio, oltre che la disponibilità di ricambi e di prodotti strategici per gli impianti.



Grazie alla dinamicità e professionalità del suo staff, Comitec è in grado di collaborare sia con piccole aziende e officine, che con grandi industrie e enti



Il rapporto con Parker è talmente consolidato che già alla fine degli anni Novanta si è iniziato a parlare di ParkerStore, la cui apertura ufficiale è avvenuta poi nel 2006, anno del trasferimento a Pomezia

Disponete anche di due ParkerStore Hose Doctor. Qual è il valore aggiunto da questo servizio?

Non sempre il tubo raccordato è descritto dettagliatamente nelle specifiche degli impianti. Di solito viene costruito "a campione". Senza l'Hose Doctor il tubo deve essere smontato, portato nel ParkerStore, identificato, costruito, riportato sull'impianto e rimontato. Questo implica una perdita di tempo e di risorse. Senza contare che quasi sempre i tubi da rifare sono più di uno, quindi bisogna effettuare dei rilevamenti per il rimontaggio che non sempre risultano precisi.

Avendo a disposizione l'Hose Doctor, si può raggiungere l'impianto e rifare i tubi uno alla volta riducendo al minimo spostamenti, errori, fermo impianto e dispersione di risorse. Inoltre, tramite il sistema PTS cui accennavo prima, abbiamo la possibilità di stampare un'etichetta univoca contenente informazioni importanti, tra le quali i riferimenti di montaggio.

Qual è a suo parere il futuro del Distributore Industriale come attore della catena del valore? Come si dovrà evolvere per rispondere ai cambiamenti del mercato?

Secondo me, se pensiamo di lavorare come facevamo negli anni fino al 2000 non abbiamo nessun futuro. In tempi di economia globalizzata, con lo sviluppo dell'e-commerce e con l'esigenza di avere tutto subito, bisogna adeguarsi.

Adeguarsi non significa imitare i colossi delle vendite online. Non ci riusciremo mai! Adeguarsi significa offrire al cliente quello che loro non riescono ad offrire proprio per la loro stessa natura.

Dobbiamo puntare sul servizio e sulla competenza. Un po' come abbiamo combattuto la concorrenza sul prezzo da parte di attori che avevano manodopera a basso costo: con la qualità. Ora si tratta di sfruttare la prossimità, la cura della persona. Le vendite online hanno abituato

i clienti ad aspettare il pacco che arriva a "costo di trasporto zero" e a prezzo conveniente. Dobbiamo offrire qualcosa in più!

Quali sono gli obiettivi e le aspettative di Comitec per il prossimo futuro?

Come ho già accennato, vorrei aprire altri ParkerStore nel Lazio. Mi piacerebbe diventare il punto di riferimento per il Fluid Connector, forti del nostro ruolo già consolidato di Distributori Parker FCG (Fluid Connectors Group). Ho una vecchia fissazione per l'internazionalizzazione pur essendo consapevole che il prodotto che trattiamo proviene da una multinazionale e che quindi è già presente in tutto il mondo.

Tuttavia, sono certa che troverò un'offerta di valore peculiare che possa essere apprezzata e commercializzata in altri paesi.

*Alessandro Ariu
comunicazione@fndi.it*

Trasformazione digitale e “Human Touch” alla base di RS Components

Le origini, lo sviluppo, l'evoluzione e i successi di RS Components Italia raccontati e approfonditi da Diego Comella, Amministratore Delegato dell'azienda

Come nasce RS Components? Qual è lo spirito imprenditoriale che dal 1937 l'ha contraddistinta?

Le origini di RS Components rivelano tanto del suo spirito imprenditoriale. Nel 1937 J.H. Waring e P.M. Sebestyen fondarono in un garage di Londra Radiospares, piccola impresa che distribuiva componenti per la radio e che, durante il secondo conflitto mondiale, rifornì con i propri mezzi le officine del Paese, consegnando loro pezzi di ricambio che servirono a ricostruire i ponti radio distrutti dai bombardamenti. Nel 1971, la società cambiò nome in RS Components, conservando però la propria mission: costruire 'ponti'. Ancora oggi RS Components crea ponti tra fornitori e clienti, essendo diventato nel tempo il distributore leader multicanale globale di prodotti di elettronica, automazione e manutenzione.

Da Radiospares a RS. Questo cambiamento riflette la volontà dell'azienda di allargare l'orizzonte della distribuzione e di proporsi come partner e non solo come rivenditore di prodotti?

Con sedi operative in 32 Paesi, una gamma di oltre 600.000 prodotti distribuiti a più di 1 milione di clienti in tutto il mondo, una rete di oltre 2.500 fornitori leader di mercato e

5.300 dipendenti, il Gruppo si è affermato nel tempo per la distribuzione del più ampio portafoglio di componenti elettronici, di automazione e controllo, elettrici, di meccanica e strumenti di misura, utensileria e dispositivi per la sicurezza sul lavoro e per la celerità del servizio di consegna al massimo entro 24 ore. Questa evoluzione risponde sempre più all'obiettivo di porci come “first choice” per i brand con i quali collaboriamo, trasformando la vendita di un prodotto nella fornitura di servizi a valore aggiunto. Investiamo oltre 100 milioni di euro ogni anno in innovazione tecnologica - dalla raccolta e analisi dei big data per ottenerne informazioni utili al business, ai tool di analisi e tracking per ottimizzare le piattaforme digitali, fino all'avanzata infrastruttura tecnologica messa in campo per la gestione

Diego Comella,
Amministratore
Delegato di RS
Components Italia



del magazzino che consente di evadere ordini in 24/48 ore - e lo facciamo per offrire al cliente un servizio a 360 gradi.

Per quanto riguarda la filiale italiana, quando e come nasce RS Components Italia? E qual è il suo approccio nel mercato nazionale?

RS Components è presente in Italia dal 1992, con una sede prima a Cinisello Balsamo e da pochissimo a Sesto San Giovanni e un centro logistico integrato di 7.200 metri quadrati a Vimodrone per lo stoccaggio e la distribuzione dei prodotti sull'intero territorio nazionale. Pur condividendo mission e valori del Gruppo - tra cui vocazione all'innovazione, centralità del rapporto con i fornitori e clienti, personalizzazione del rapporto di business, e celerità del servizio di consegna - la filiale italiana ha sicuramente delle proprie specificità: promozione del Made in Italy attraverso le nostre piattaforme digitali; sostegno della cultura digitale all'interno delle PMI affiancando i Competence Center; e supporto al mondo accademico sponsorizzando progetti innovativi per ispirare le generazioni future di ingegneri.

Di recente avete cambiato sede. Quali sono il concept e l'idea alla base di questo rinnovamento?

Sempre più spesso l'ambiente di lavoro rappresenta il luogo principale in cui si sperimenta la trasformazione digitale per poi proiettarla all'esterno. Il recente cambio di sede è parte del percorso di evoluzione di RS Components

Italia come *Digital Company* votata sempre più all'innovazione e al progresso. All'interno dell'innovativo Edison Parker Center, i nostri uffici offrono ai lavoratori un ambiente tecnologico e dinamico in cui è possibile percepire l'evoluzione che sta investendo l'azienda.

RS Components è soprattutto un distributore: qual è il rapporto con le aziende distribuite? Come nascono le vostre collaborazioni?

La relazione con i nostri partner rappresenta il fulcro della nostra strategia: essere la prima scelta significa non solo creare la relazione, ma anche coltivarla. Per farlo un ruolo centrale è giocato da quello che noi definiamo lo "human touch", ovvero la personalizzazione del servizio. In RS crediamo infatti che la tecnologia non possa prescindere dalla relazione con le persone, e che nel lungo periodo questo rappresenti un fattore critico di successo, distintivo rispetto ad altri modelli di e-commerce presenti sul mercato. Per fare un esempio numerico, ben 2.500 fornitori vengono seguiti direttamente dalla nostra direzione commerciale.

Quali sono gli asset che caratterizzano maggiormente l'azienda sul mercato? In quali settori e applicazioni trovano più riscontri? Gli asset più importanti sono legati soprattutto alla supply chain, alla logistica e all'ambito dell'MRO. Siamo leader nelle soluzioni di approvvigionamento di materiale indiretto: aiutiamo le aziende a ridurre considerevolmente il numero dei fornitori e la necessità di fare stock di magazzino che si traduce in un abbattimento significativo da un lato dei costi di processo, legati agli acquisti di materiale indiretto, e dall'altro sbloccando liquidità che può essere investita in altre aree strategiche dell'impresa, pensiamo ad esempio all'area R&D. Inoltre, sempre nell'ambito dell'acquisto di materiale indiretto, attraverso le nostre soluzioni di purchasing manager e di e-procurement aiutiamo le imprese a velocizzare i processi di approvazione degli ordini, monitoraggio e controllo della spesa. Operiamo trasversalmente in tutti i settori



La nuova sede di RS Components Italia all'interno dell'innovativo Edison Parker Center di Sesto San Giovanni (MI)

merceologici, sebbene il mondo manifatturiero industriale sia il nostro principale settore di riferimento.

Una parte del vostro business è dedicata specificamente alla manutenzione. Quanto è importante questa fetta di mercato per voi? E che aspettative avete da questo comparto per il prossimo futuro?

Tecnologie di ultima generazione sono sempre più utilizzate nelle linee di produzione per aumentare la produttività e l'efficienza. Questi progressi stanno rivoluzionando soprattutto la manutenzione, dove si punta a ridurre la proporzione di misure correttive a favore delle preventive e predittive, con l'introduzione della manutenzione prescrittiva. Siamo infatti impegnati non solo nell'identificare preventivamente cosa non funziona ma nel fornire anche le istruzioni su come risolvere il problema. Si tratta di un settore strategico per RS Components su cui stiamo investendo particolarmente e si inserisce nel quadro del nostro sempre più forte impegno nel sostenere le aziende nell'ambito dell'IIoT e Industria 4.0.

Quali prodotti e soluzioni proponete in particolare per questo settore?

Collaboriamo con i brand leader di mercato per offrire le migliori soluzioni per la manutenzione delle linee di produzione, distribuendo sensori, relè, strumenti di misura,

gateway e quant'altro al fine di istradare il cliente sempre più verso misure di manutenzione predittiva e prescrittiva quale parte integrante dei processi di Industrial IoT e Industria 4.0. Non si tratta della semplice fornitura di prodotti, anche in questo caso, vogliamo assicurare ai nostri clienti un servizio di consulenza a 360 gradi offrendo soluzioni e servizi a sostegno della digitalizzazione delle linee di produzione. A questo si aggiunge la presenza di una forza vendita che segue capillarmente i clienti più importanti sul territorio, utilizzando anche profili tecnici specializzati.

Uno dei vostri fiori all'occhiello è DesignSpark. Come nasce l'idea di una comunità online per progettisti?

DesignSpark è stata lanciata nel 2010 per fornire a progettisti e studenti di tutto il mondo strumenti, risorse e contenuti gratuiti per aiutarli a superare gli ostacoli, risparmiare tempo e trasformare le loro idee in realtà. Fin dal primo giorno, l'obiettivo di RS è stato restituire qualcosa all'industria elettronica attraverso DesignSpark, fornendo gratuitamente strumenti e risorse professionali per i progettisti di tutto il mondo. Siamo orgogliosi di vedere la crescita rapida e costante di DesignSpark e siamo impegnati a potenziare ulteriormente la nostra piattaforma per una base sempre più ampia di utenti.

Marta Roberti

NTN-SNR estende l'implementazione del gioco interno CM della gamma di cuscinetti radiali rigidi a sfere NTN

Iniziata due anni fa, la versione migliorata del gioco interno CM si estende ora su tutta la gamma di cuscinetti radiali rigidi a sfere NTN così da consentire anche prossimamente la disponibilità per le dimensioni del codice di alesaggio che vanno da 00 a 06. Inizialmente progettati per applicazioni estremamente esigenti, in particolare nel settore dei motori elettrici, i cuscinetti radiali rigidi a sfere NTN con gioco interno CM fanno parte della nuova offerta del marchio. Presentano caratteristiche con significativi miglioramenti in termini di gioco radiale interno, ma anche a livello di silenziosità. Queste qualità sono garantite da rigorosi controlli durante il processo di produzione. Grazie a questa gamma, NTN-SNR offre cuscinetti a sfere di alta qualità, in grado di sostituire i prodotti standard utilizzati nell'industria. Perfezionando ulteriormente il proprio standard, NTN-SNR dimostra ancora una volta la propria volontà di fornire a tutti i suoi clienti, distributori e utilizzatori finali, il meglio del design giapponese NTN.

Significativo aumento dei livelli di silenziosità e qualità "Made in Japan" NTN al servizio dell'industria europea

Originariamente, i cuscinetti radiali rigidi a sfere NTN con gioco interno CM sono stati appositamente progettati per applicazioni avanzate, in particolare nel settore dei motori elettrici, che richiedono cuscinetti particolarmente silenziosi. Questi cuscinetti CM presentano un gioco interno radiale che rientra nei limiti del gioco interno normale, ma con tolleranze ridotte (ad esempio: per un alesaggio di 50 mm, il cuscinetto con gioco interno normale presenterà un gioco compreso tra 6 e 23 micron, mentre il prodotto con gioco interno CM presenterà un gioco compreso tra 9 e 17 micron, nettamente più preciso). Questa caratteristica tecnica consente di ridurre significativamente i livelli di vibrazione del cuscinetto e, di conseguenza, di aumentare la silenziosità durante il funzionamento. I test di laboratorio hanno dimostrato una riduzione fino a 3dB, vale a dire un'intensità sonora dimezzata, rispetto ai prodotti convenzionali con gioco interno normale.

Questo gioco interno CM è ottenuto grazie all'eccellente controllo del processo produttivo e al know-how NTN riconosciuto in tutto il mondo. Tutti i cuscinetti che produciamo sono controllati al 100% per garantire la conformità del gioco e i livelli di silenziosità dell'intera produzione.

Le caratteristiche della gamma dei cuscinetti radiali rigidi a sfere NTN con gioco interno CM

249 codici in imballo singolo

- Da 10 a 160 mm di diametro d'alesaggio

Cuscinetti radiali rigidi a sfere

- Aperti
- Schermati, grasso 5K
- Con tenute striscianti, grasso 5K
- Con tenute non striscianti, grasso 5K



Facile implementazione per l'utilizzatore e 100% dei pezzi intercambiabili, indipendentemente dalle dimensioni

Questi cuscinetti con gioco interno CM presentano parametri di montaggio identici a quelli dei prodotti omologhi con gioco interno normale e sono perfettamente intercambiabili. Usufruiscono delle stesse capacità di carico e delle stesse prestazioni in termini di velocità di rotazione. Per i codici con tenute (schermi o guarnizioni), i cuscinetti sono ingrassati a vita con grasso a elevate prestazioni (suffisso 5K).

La denominazione dei cuscinetti comprende sistematicamente il suffisso CM, per consentire ai clienti di individuare agevolmente questa nuova specifica. I primi prodotti sono già disponibili sul mercato con effettiva sostituzione completa di questa gamma di cuscinetti a sfere nel corso dei prossimi mesi. Grazie all'eccellente controllo del processo produttivo e al know-how NTN riconosciuto in tutto il mondo, tutti i pezzi prodotti sono controllati per garantire la conformità del gioco e i livelli di silenziosità dell'intera produzione. NTN-SNR è uno dei principali operatori sul mercato europeo in grado di offrire cuscinetti a sfere di questa qualità, confermando così il suo posizionamento premium e la propria volontà di diffondere la qualità "Made by NTN" sui mercati industriali in cui opera.



NTN-SNR Italia SpA

Via Riccardo Lombardi, 19/4 - 20153 Milano (MI)

Tel. +39.02.47 99 861 – Fax +39.02.33 50 06 56

e-mail: info-ntnsnritalia@ntn-snr.it - <http://www.ntn-snr.com>



Distribuzione & Service

1. Quali aspetti rientrano nel vostro concetto di Service al cliente?
(Assistenza pre/post vendita, formazione ecc.)
2. Quale tipologia di servizio, tra quelle da voi offerte, è più richiesta dai vostri clienti?
3. Quanto investite ogni anno o intendete investire negli aspetti di Service al cliente?
4. Offrite o intendete offrire servizi di assistenza anche via web?
(chat di supporto tecnico, software di progettazione ecc.)
5. Quanto è diventato importante per voi il Service rispetto alla semplice vendita negli ultimi anni?
6. Ritenete che quello del Service sia un settore che potrà offrire importanti margini di crescita per la Distribuzione Industriale nel prossimo futuro? Perché?
7. C'è qualche nuova tipologia di servizio al cliente che ritiene possa essere introdotta nel prossimo futuro, magari attraverso il supporto delle nuove tecnologie?



20 20

20 ANNI DI MOVIMENTAZIONE LINEARE

Siamo nati nel 2000 e compiere 20 anni nel 2020 è davvero troppo bello per non celebrarlo!



STRUTTURA COMMERCIALE

Presenza costante dei nostri commerciali sul territorio e supporto interno dei nostri tecnici, sempre al fianco dei clienti, sono uno dei grandi punti di forza dell'azienda.



ATTENZIONE ALLA TECNOLOGIA

Soluzioni applicative con prodotti sempre all'avanguardia e di altissima e comprovata affidabilità, permettono ai nostri clienti di effettuare scelte in piena serenità.



VICINI ALLE ESIGENZE DEL CLIENTE

Ampia disponibilità di materiale a magazzino, rapide consegne, riscontri alle richieste clienti immediate o entro le 24 ore e grande competenza fanno di Romani Components la scelta ideale.



Romani Components Srl

Via Alcide De Gasperi, 146 - 20017 Rho (MI) | Tel: +39 02.93906069 | info@romanicomponents.it | romanicomponents.it



Romani Components Srl nasce a Pero (MI) nell'anno 2000 proseguendo l'attività di distribuzione industriale già iniziata a fine 1997 all'interno dell'allora società capogruppo Angelo Romani. L'attuale proposta si configura nell'importazione esclusiva di componentistica di circa 12 marchi, organizzata in tre linee principali: movimentazione lineare, trasmissione di potenza e accessori. Oggi Romani Components si trova in via Alcide De Gasperi, 146 a Rho (MI). www.romanicomponents.it



1. In cima al concetto di Service per Romani Components c'è senza dubbio una grande attenzione alle richieste dei clienti, con particolare sforzo nell'offrire precisione e puntualità nelle risposte. Mediamente il nostro input è di rispondere sempre entro le 24 ore dalla richiesta, in qualsiasi caso. I nostri feedback sono sempre supportati da serie e concrete competenze tecnico-commerciali: per questo la formazione del nostro personale è costante con visite agli stabilimenti produttivi, seminari tecnici e team building. Un nostro grande focus è quello di puntare alla fidelizzazione cliente.

2. Sicuramente la velocità e la precisione nelle risposte, insieme al rispetto dei termini di consegna promessi, sono gli aspetti a cui i nostri clienti tengono particolarmente. Inoltre, un buon servizio tecnico pre-vendita è molto apprezzato.

3. È difficile fare delle stime, in quanto il Service comprende tantissimi aspetti, trasversali a più attività.

Possiamo ipotizzare comunque una percentuale di investimento che si aggira intorno ad almeno il 2% del fatturato.

4. Al momento servizi di assistenza via web non sono contemplati nella nostra offerta, semplicemente perché non si tratta di una necessità che ci viene richiesta dai nostri clienti. Per la tipologia di prodotto da noi offerto il "contatto umano" è ancora decisamente preponderante.

5. Nell'evoluzione del ruolo del distributore industriale, al fine di ritagliarsi uno spazio sempre più determinante tra fornitore e cliente all'interno della catena del valore, quello del Service non può che essere un fattore fondamentale.

In questo senso, nel concetto di "servizio" noi intendiamo infatti anche tutti quegli aspetti che riguardano lo sviluppo del rapporto con il cliente, fattori cruciali che ci poniamo l'obiettivo di coltivare al meglio al fine di poter lavorare con sempre maggiore trasparenza e trasmettere allo stesso tempo fiducia nel nostro interlocutore.

6. In questo caso è bene distinguere due modi di inquadrare lo stesso tema: il Service dedicato puramente al prodotto e quello invece dedicato al rapporto con il cliente.

Nel primo caso possiamo liberamente confermare che non si tratta di un aspetto determinante per noi, se consideriamo la parte di attività limitata alla vendita di componenti.

Il Service inteso come sviluppo del rapporto con il cliente diventa invece, come detto, un punto fondamentale per la crescita del nostro business, sul quale vogliamo continuare a investire.

Diversificare in questo senso è un principio sicuramente importante non solo se si desidera crescere ma anche mantenere una certa posizione e reputazione sul mercato.

7. Sicuramente in un prossimo futuro il supporto della tecnologia potrà essere importante nel rendere disponibile strumenti che ci permettano, per esempio, di condividere dati specifici sui materiali a magazzino, oltre che tutta una serie di dati aziendali vari che possano aiutarci a ottimizzare ancora di più il nostro lavoro, così che siano i clienti stessi a beneficiarne il più possibile.



Paolo Agosteo è Managing Director di Romani Components Srl. In azienda fin dalla sua fondazione, nell'anno 2000, ne ha acquisito la maggioranza nel 2011 fino a ottenerne la proprietà nel 2016. In precedenza ha lavorato anche nell'azienda capogruppo, Angelo Romani, dalla sua nascita nel dicembre del 1997. Prima ancora ha maturato diverse esperienze in multinazionali nel settore della movimentazione lineare.

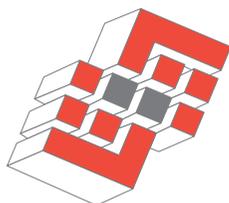
LA GIUSTA MISURA



Spedizione in 48 ore per strumenti in pronta consegna
Assemblaggio separatori di fluido in 1 settimana
Emissione certificati di taratura in 3 giorni



MANOMETRI, PRESSOSTATI, TRASMETTITORI DI PRESSIONE,
TERMOMETRI, POZZETTI, TERMOCOPPIE, TERMORESISTENZE,
VALVOLE A SFERA E A FARFALLA, ELETTROVALVOLE, VALVOLE DI SICUREZZA,
RIDUTTORI DI PRESSIONE, INDICATORI E INTERRUTTORI DI FLUSSO E LIVELLO



**STRUMENTAZIONE
INDUSTRIALE SRL**

www.strumentazione.com

Via Barro, 56/58 - 28045 Inverio (NO) - Italy
Tel: +39 0322 259233 r.a. - Fax: +39 0322 259488
e-mail: info@strumentazione.com

IMMAGINE INDUSTRIA - L'IMPRESA È DEL CLIENTE

Strumentazione Industriale nasce a Inverio (NO) nel 1987 come azienda distributrice di manometri, termometri, trasmettitori di pressione, pressostati ed altri strumenti di misura utilizzati nei più svariati settori industriali. L'azienda dispone di oltre 80.000 articoli in pronta consegna e di un laboratorio interno.

I mercati di riferimento sono per l'80% l'Italia e 20% l'estero, in particolare Francia, Svizzera, Nord ed Est Europa. www.strumentazione.com



**STRUMENTAZIONE
INDUSTRIALE** s.r.l.

1. Strumentazione Industriale da oltre 30 anni offre un servizio di consulenza tecnico-commerciale. La grande esperienza nel settore degli strumenti per la misura e regolazione di pressione, temperatura, flusso e livello ci permette di supportare e guidare il cliente nelle scelte tecniche, in base alle specifiche applicazioni.

Oltre al servizio di pronta consegna, garantito per oltre 80.000 pezzi disponibili in magazzino, viene offerto un servizio di stock personalizzato. Strumentazione Industriale si impegna a tenere a stock codici specifici destinati a clienti che ne facciano richiesta, sulla base di un accordo che ne regola quantità e tempistiche.

Strumentazione Industriale, inoltre, è certificata ISO 9001:2015 anche per l'erogazione di servizi di verifica e taratura per apparati di misura della pressione. I clienti possono quindi acquistare strumenti nuovi completi di rapporti di taratura fornibili in pochi giorni, oppure inviare al nostro laboratorio strumenti usati, da ricertificare.

Un altro importante servizio offerto è il montaggio dei separatori di fluido. In pochi giorni vengono forniti strumenti completi di membrana di separazione, effettuati montaggi su strumenti di fornitura del cliente oppure sostituiti separatori danneggiati, dando così nuova vita allo strumento.

2. Oggi più che mai, ricevere il materiale in 24/48h dall'ordine è un fattore determinante per il cliente. Negli anni, inoltre, i clienti ci hanno confidato che apprezzano di noi l'essere un partner, non solo un fornitore. Sanno di poter contare su un servizio di customer care dedicato e che saprà fornire la consulenza necessaria a portare a termine con successo piccoli e grandi progetti.

3. Il nostro investimento in servizio al cliente non è quantificabile economicamente, ma è una vera e propria modalità di lavoro. Pensiamo che sia questa la vera natura del distributore industriale.

4. Attualmente i nostri clienti possono registrarsi all'indirizzo www.strumentazione.com e verificare, in qualsiasi momento, le quantità disponibili in stock, per ogni codice. Questo permette di avere informazioni aggiornate e in tempo reale circa le tempistiche di consegna di migliaia di codici.

5. Il service è per noi fondamentale ed è parte integrante della vendita. Per Strumentazione Industriale non c'è vendita senza servizio al cliente. Le nuove sfide del mercato ci stimolano ad un miglioramento continuo.

6. Quello che notiamo sempre più è la richiesta dei clienti di avere un servizio integrato nella loro organizzazione, tramite portali di acquisto, imballi personalizzati, fornitura di documentazione specifica. I distributori industriali possono fare di queste richieste delle opportunità di crescita ed evolvere il servizio che offrono. Questo trasforma il fornitore in partner e può essere una leva nella scelta di acquisto del cliente.

7. Dopo aver installato due magazzini automatici per consegne più precise e veloci, stiamo valutando la possibilità per i clienti di acquistare online dal nostro sito. Questo permetterebbe di automatizzare e velocizzare ulteriormente le procedure.



Dario Gnemmi ha fondato, insieme alla moglie Antonella, Strumentazione Industriale nel 1987. Nato e cresciuto a Inverio ha lavorato, nel corso dei precedenti 18 anni, presso un'importante azienda del paese produttrice di strumenti di misura, ricoprendo la carica di responsabile export.

COVID-19, indagine sui primi effetti nelle imprese italiane

Confindustria ha avviato un'analisi della situazione interrogando più di 3 mila aziende in tutta Italia

Introduzione

Il carattere umanitario dell'epidemia da Covid-19 resta di gran lunga l'aspetto più urgente da trattare, ma purtroppo non l'unico: gli imprenditori hanno da subito manifestato forte preoccupazione per la diffusione dell'epidemia in Cina e in modo molto più marcato dopo la scoperta di focolai in Italia.

Confindustria ha avviato un'indagine tramite un questionario online per ascoltare le imprese italiane. L'elevato grado di preoccupazione ha fatto sì che la partecipazione all'indagine sia stata molto elevata. L'analisi qui riportata si basa su più di 4.000 risposte, che si riducono a 3.171 dopo la pulizia dei dati, pervenute alla data del 2 marzo, quindi a pochi giorni dal primo caso di contagio registratosi ufficialmente nel Paese. Il clima emergenziale ha anche influito sulla composizione del campione che, per sua natura, non può considerarsi statisticamente rappresentativo della popolazione di imprese italiane ma altamente indicativo di come venga percepita l'emergenza stessa su scala territoriale e settoriale.

Più in particolare, dall'analisi dei risultati emerge **che il 65% dei rispondenti ha registrato impatti sulla propria attività a causa della diffusione del Covid-19 in Italia.** La percezione è stata più alta della media in Lombardia e Veneto, dove si è attestata intorno al 70%. L'impatto è risultato pervasivo per le attività di alloggio e ristorazione, dove il 99% dei rispondenti

Tabella 1 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE D'INDAGINE PER REGIONE

Regione	Campione Indagine		Dati Eurostat 2017	
	Numero Imprese	In % sul totale	Numero Imprese	In % sul totale
Abruzzo	47	1,5%	90.595	2,2%
Basilicata	12	0,4%	32.958	0,8%
Calabria	20	0,6%	100.971	2,5%
Campania	87	2,7%	324.414	8,0%
Emilia Romagna	135	4,3%	340.056	8,4%
Friuli Venezia Giulia	246	7,8%	77.261	1,9%
Lazio	49	1,5%	387.251	9,5%
Liguria	76	2,4%	114.617	2,8%
Lombardia	1083	34,2%	751.639	18,5%
Marche	87	2,7%	118.109	2,9%
Molise	2	0,1%	19.198	0,5%
Piemonte	492	15,5%	303.061	7,5%
Puglia	88	2,8%	234.427	5,8%
Sardegna	22	0,7%	96.090	2,4%
Sicilia	52	1,6%	244.326	6,0%
Toscana	156	4,9%	302.654	7,5%
Trentino Alto Adige	18	0,6%	80.909	2,0%
Umbria	58	1,8%	61.477	1,5%
Val D'Aosta	12	0,4%	10.447	0,3%
Veneto	429	13,5%	371.513	9,1%
Totale	3171	100%	4.061.973	100%

Primo risultato dell'indagine è la conferma che **la diffusione del Covid-19 in Italia abbia relegato del tutto in secondo piano le già di per sé molto gravi problematiche legate all'epidemia in Cina.**

ha segnalato di aver subito effetti negativi, nonché per tutte le attività legate ai servizi di trasporto. Per la manifattura, il 60% delle imprese intervistate ravvisa degli effetti negativi, con problemi più evidenti per il settore dell'abbigliamento e della lavorazione dei pellami, della chimica e dell'elettronica.

Più in particolare, dall'analisi dei risultati emerge **che il 65% dei rispondenti ha registrato impatti sulla propria attività a causa della diffusione del Covid-19 in Italia.** La percezione è stata più alta della media in Lombardia e Veneto, dove si è attestata intorno al 70%. L'impatto è risultato pervasivo per le attività di alloggio e ristorazione, dove il 99% dei rispondenti

La diffusione del Covid-19 in Italia sta causando soprattutto **danni relativi al fatturato delle aziende, come indicato dal 27% dei rispondenti;** più esiguo (6%) il numero dei rispondenti che hanno subito solo effetti legati al danno degli input pro-

duttivi, anche se va detto che quasi il 20% dei rispondenti ha sperimentato problemi di entrambi i tipi.

Per quanto riguarda l'entità del danno relativa al fatturato, oltre al 35% delle imprese che hanno partecipato all'indagine non hanno subito danni, al 2 marzo, ce ne sono **circa il 25% che ritiene di avere subito impatti trascurabili o gestibili** attraverso piccoli aggiustamenti del piano aziendale. **Il 17% delle imprese ravvede invece che i danni siano stati significativi** perché implicheranno la riorganizzazione del piano aziendale. C'è circa un 10% delle imprese che già teme di non poter raggiungere gli obiettivi per l'anno in corso se non addirittura di dover ricorrere a ridimensionamenti della struttura aziendale. Data l'elevata incertezza molte imprese non si sentono ancora di poter rispondere.

Il 5% dei rispondenti dichiara di aver dovuto già ricorrere all'uso della cassa integrazione ordinaria a seguito della diffusione del Covid-19.

Dall'indagine condotta è emerso anche che **il 24% dei rispondenti ha subito danni per mancata partecipazione/cancellazione di fiere ed eventi promozionali.**

L'approfondimento

I risultati del questionario non sono da considerarsi statisticamente rappresentativi dell'intera economia italiana, ma sono comunque importanti per comprendere il primo impatto dell'emergenza per le imprese. Il primo dato che emerge chiaramente dall'indagine conferma come la diffusione del Covid-19 in Italia abbia relegato del tutto in secondo piano le problematiche legate all'epidemia in Cina. Più in particolare, dall'analisi dei risultati emer-

ge che il 65% dei rispondenti ha registrato impatti sulla propria attività a causa della diffusione del Covid-19 in Italia. **La percezione è stata più alta della media in Lombardia e Veneto, dove si è attestata intorno al 70%.**

L'impatto è risultato pervasivo per le attività di alloggio e ristorazione, dove il 98,6% dei rispondenti ha segnalato di aver subito effetti negativi, nonché per tutte le attività legate ai servizi di trasporto. Prevalso soprattutto un effetto di rallentamento della domanda piuttosto che di impatto sulle filiere; questo dato si spiega con la circostanza che il settore maggiormente colpito sia stato quello dei servizi. Per la manifattura, il 60% delle imprese intervistate ravvisa degli effetti negativi, con problemi più evidenti per il settore dell'abbigliamento e della lavorazione dei pellami, della chimica e dell'elettronica.

Tabella 2 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE D'INDAGINE PER SETTORE MANIFATTURIERO

Settore Manifatturiero	Campione Indagine		Dati Eurostat 2017	
	Numero Imprese	In % sul totale	Numero Imprese	In % sul totale
a.Alimentare	133	7,0%	52.542	16,0%
b.Bevande	35	1,8%	3.348	1,0%
c.Tabacco	1	0,1%	6	0,0%
d.Tessile	104	5,5%	13.471	4,1%
e.Abbigliamento e pellame	115	6,1%	43.525	13,2%
f.Prodotti in legno (escluso mobili)	41	2,2%	27.194	8,3%
g.Carta	49	2,6%	3.763	1,1%
h.Stampa	41	2,2%	15.286	4,6%
i.Coke e petrolio	9	0,5%	291	0,1%
l.Chimica	83	4,4%	4.312	1,3%
m.Farmaceutica	23	1,2%	456	0,1%
n.Gomma e plastica	125	6,6%	9.859	3,0%
o.Minerali non metalli	71	3,7%	-	-
p.Metallurgia	49	2,6%	3.417	1,0%
q.Prodotti in metallo (esclusi macchinari)	316	16,6%	63.075	19,2%
r.Elettronica e apparecchi di precisione	64	3,4%	4.887	1,5%
s.Apparecchiature elettriche e domestiche	68	3,6%	8.253	2,5%
t.Macchinari	358	18,9%	22.568	6,9%
u.Autoveicoli	31	1,6%	2.267	0,7%
v.Altri mezzi di trasporto	24	1,3%	2.463	0,7%
x.Mobili e arredo	67	3,5%	18.615	5,7%
z.Altro	91	4,8%	29.518	9,0%
Totale	1.898	100%	329.116	100%

Attraverso il questionario gli imprenditori hanno anche potuto dar voce direttamente alle proprie preoccupazioni rispondendo a domande aperte. Tra queste sventa il calo della domanda, declinato in una riduzione dei consumi, nel rinvio o annullamento di ordini e, per il settore turistico, nella cancellazione delle prenotazioni. Un'altra preoccupazione ricorrente è quella legata alla **perdita d'immagine che rischia di tradursi in un problema più duraturo per la reputazione del Made in Italy nel mondo.**

Seguono poi difficoltà di ordine più pratico come aspetti logistici, impossibilità di incontrare clienti, fornitori e personale. Un dato di fondo che traspare è la condizione di paura e incertezza che sta pervadendo il Paese. Per molti rispondenti è infine difficile stimare l'entità del danno, dato che l'emergenza sia nazionale sia internazionale della diffusione del Covid-19, al momento dell'indagine, è ancora in corso.

Analisi e descrizione del campione statistico

Data l'emergenza in corso il questionario ha raccolto un numero elevato di risposte nel giro di pochi giorni: i questionari riempiti hanno superato le 4000 unità al 2 marzo 2020. L'emergenza ha anche influito sulla composizione del campione, che per sua natura non può considerarsi rappresentativo della popolazione nazionale ma altamente indicativo di come venga percepita l'emergenza stessa su scala territoriale e settoriale.

In seguito al processo di pulizia dei dati, il numero di risposte su cui si è effettuata l'analisi è stato di 3.171 unità.

Sulla base dei macrosettori di riferimento, analizzati con l'ordinamento statistico ATECO 2007, si evidenziano delle altre discrepanze rispetto ai dati Eurostat sulle imprese. C'è stata infatti una sovra-rappresentazione di quelle **manifatturiere** (1898, il 59,9% del totale, rispetto al 10,3% del dato Eurostat): tale discrepanza è facilmente attribuibile all'origine del que-

Tabella 3 - PERCEZIONE DELL'IMPATTO DEL COVID-19 A LIVELLO REGIONALE

Regione	Hanno percepito un impatto	Non hanno percepito un impatto	Totale	Hanno percepito un impatto, in %
Abruzzo	30	17	47	63,8%
Basilicata	7	5	12	58,3%
Calabria	14	6	20	70,0%
Campania	49	38	87	56,3%
Emilia Romagna	94	41	135	69,6%
Friuli Venezia Giulia	132	114	246	53,7%
Lazio	38	11	49	77,6%
Liguria	44	32	76	57,9%
Lombardia	755	328	1083	69,7%
Marche	54	33	87	62,1%
Molise	1	1	2	50,0%
Piemonte	285	207	492	57,9%
Puglia	52	36	88	59,1%
Sardegna	14	8	22	63,6%
Sicilia	31	21	52	59,6%
Toscana	102	54	156	65,4%
Trentino Alto Adige	11	7	18	61,1%
Umbria	36	22	58	62,1%
Val D'Aosta	4	8	12	33,3%
Veneto	304	125	429	70,9%
Totale	2.057	1.114	3.171	64,9%

Domanda: Ritene che la diffusione in Italia del Covid-19 abbia già avuto un impatto sulla sua azienda?

stionario, che essendo nato su iniziativa di Confindustria ha attratto più risposte da parte di imprese del settore. Altri settori leggermente sovrarappresentati includono il settore dei servizi di **informazione e comunicazione** (il 5,2% del totale, rispetto al 2,7% Eurostat).

Da segnalare invece una marcata sotto-rappresentazione del settore del **commercio all'ingrosso e al dettaglio** (appena il 7,3% del totale dell'analisi, rispetto a un più consistente 29,7% del dato Eurostat), dell'**amministrazione pubblica e delle attività professionali, scientifiche e tecniche** (macrosettore che include le attività legali, la consulenza gestionale, l'architettura, la ricerca scientifica e altre attività professionali). Sono inoltre sotto-rappresentate le attività di alloggio e di ristorazione rispetto alla media nazionale. Ci sono inoltre alcune discrepanze tra il

campione e la media nazionale per quanto riguarda la distribuzione delle imprese del settore manifatturiero (Tabella 2). Le imprese del settore alimentare nel campione dell'indagine sono sotto-rappresentate in maniera marcata, così come quelle del settore dell'abbigliamento e del pellame (meno della metà per percentuale della media nazionale). Fortemente sotto-rappresentati anche il settore dei prodotti in legno e dell'arredo e si nota una leggera sotto-rappresentazione per le imprese che producono prodotti in metallo.

Effetti della diffusione del Covid-19 in Italia

Su 3.171 rispondenti al questionario, il 65% ha indicato che la diffusione del Covid-19 in Italia ha avuto un impatto sulle loro attività. La percezione è stata più alta della media in Lombardia e Veneto, dove si è attestata intorno al 70%. In alcune re-

gioni risulta ancora più elevata, come ad esempio nel Lazio, ma la copertura campionaria relativamente scarsa non consente di considerare questi risultati come significativi. Interessante notare come **in Toscana la percentuale di rispondenti che ritengono di aver subito un impatto risulti piuttosto elevata (65,4%) e maggiore rispetto al Piemonte.**

Effettuando poi uno zoom sulla manifattura, ad oggi i settori che hanno subito disagi più evidenti risultano essere il settore dell'abbigliamento e della lavorazione dei pellami (73%), della chimica (71,1%) e dell'elettronica (71,9%). Per alcuni settori il campione resta troppo ridotto per poter considerare le statistiche come indicative di trend reali.

Tipologia ed entità dei danni sofferti

La diffusione del Covid-19 in Italia ad oggi sta causando soprattutto **danni relativi al fatturato delle aziende**, come indicato dal 27% dei rispondenti; più esiguo (5,8%) il numero dei rispondenti che hanno subito solo effetti legati al danno degli input produttivi, anche se va detto che quasi il

20% dei rispondenti ha sperimentato problemi di entrambi i tipi. Il 12 % dei rispondenti non ha espresso un parere, forse per l'ancora elevata incertezza.

Per quanto riguarda l'entità del danno relativa al fatturato un quarto delle imprese pensa che sia gestibile e richieda solo piccoli aggiustamenti ai piani aziendali. **Il 17% delle imprese ravvede invece che i danni siano stati significativi** perché hanno implicato la riorganizzazione del piano aziendale per l'anno in corso. C'è circa un 10% delle imprese che ha risposto i cui danni registrati oscillano tra il severo (gli obiettivi per l'anno in corso non sono più raggiungibili) e il più elevato grado di pessimismo, ovvero prevedono di dover ricorrere a ridimensionamenti della struttura aziendale. C'è anche una parte delle imprese, **il 5,8%, che ancora non riesce ad effettuare una stima del tipo di danni ricevuti.**

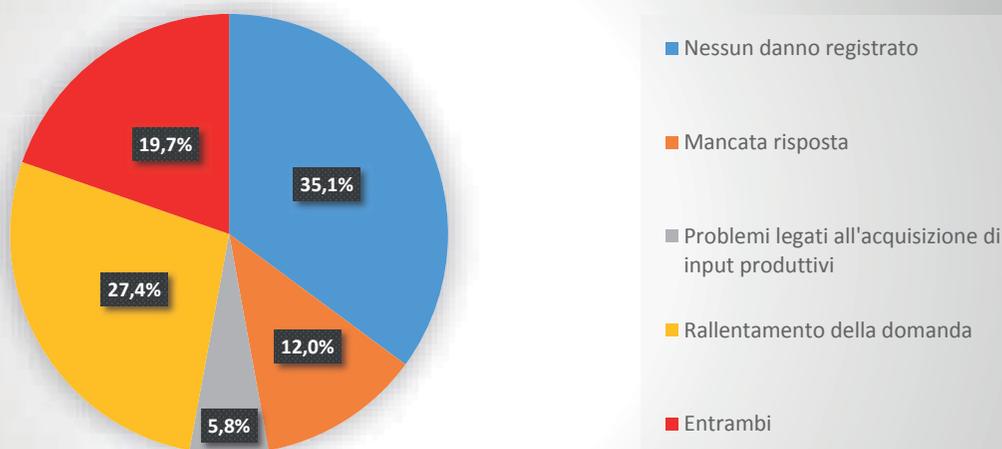
Meno grave appare l'entità dei danni legati ai disagi nelle catene di subfornitura italiane, infatti le imprese che dicono di aver subito danni trascurabili sono circa il 12,3%, ben sopra il 4,8% di quelle che ave-

vano dichiarato danni trascurabili per il fatturato. Resta comunque elevata la parte di imprese che ha subito un danno gestibile (17,7%) o anche significativo per la cancellazione di commesse (9,7%). La percentuale di rispondenti che indica di aver subito danni gravi (severi o caso più pessimistico) è del 5,3%, circa la metà di quella osservata per i danni relativi al fatturato.

Cassa integrazione e cancellazione di fiere

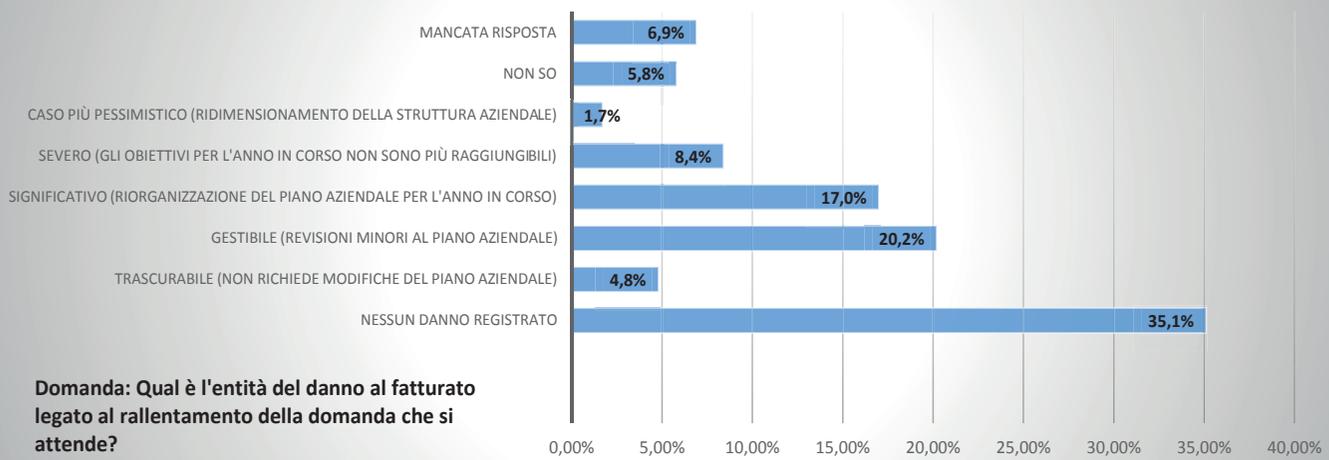
Tra le segnalazioni arrivate direttamente dalla voce dei nostri imprenditori si annovera quella del rischio di ricorso alla cassa integrazione ordinaria. Dall'analisi effettuata in merito, su un campione di 3.171 aziende che hanno risposto al quesito, **il 4,7% dichiara di aver dovuto già ricorrere all'uso dell'ammortizzatore sociale**, contro il 95,3% che dichiara di non averlo fatto. Tuttavia dalle risposte qualitative traspare un sentimento di forte tensione, indice del fatto che se la situazione nazionale non dovesse migliorare, la percentuale di ricorso a tale strumento tenderà tendenzialmente a crescere. Peraltro è importante segnalare che la CIG non è uno strumento disponibile per tutte le imprese

TIPOLOGIA DI PROBLEMA RISCOSTRATO (IN % SU UN CAMPIONE DI 3171 IMPRESE)



Domanda: Quali sono i problemi che l'impresa sta riscontrando nello svolgimento della sua attività produttiva?

ENTITA' DEL DANNO AL FATTURATO (IN % SU UN CAMPIONE DI 3171 IMPRESE)



incluse nell'indagine. Un'ulteriore problematica che il nostro tessuto produttivo sta riscontrando in merito alla diffusione del Covid-19 in Italia è quella relativa alle attività aggregative.

Alcuni imprenditori segnalano infatti i disagi determinati dalla cancellazione o la posticipazione di fiere o eventi di promozione sia nel nostro Paese che all'estero, ma altresì quelli legati alla scarsa presenza che si registra durante i diversi eventi in corso.

Dall'indagine condotta in merito, effettuata su un campione di 3.171 imprese, è emerso che tra queste **il 24% abbia subito danni per mancata partecipazione/cancellazione di fiere ed eventi** promozionali in Italia, contro il 70% che dichiara di non averne subiti.

La voce degli imprenditori

In questa sezione riportiamo le sensazioni espresse qualitativamente da un campione di 2000 imprese a cui è stato chiesto di aggiungere **ulteriori rischi o effetti riscontrati** rispetto alla diffusione del Covid-19 in Italia e non già segnalati rispondendo ad altre domande.

Si evince, in primo luogo, una **contrazione della domanda nel mercato domestico** legata al drastico calo dei consumi.

Gran parte delle aziende italiane racconta le difficoltà che sta attraversando in merito alla vendita di prodotti. Si verificano ad oggi annullamenti, blocchi e rinvio di ordini. Uno dei settori maggiormente colpiti è quello turistico, dove si segnala una drastica percentuale di riduzione e cancellazione di prenotazioni. Non è un caso che molte delle imprese che hanno risposto alla domanda indichino poi la probabilità che nel lungo e medio periodo si verifichi un danno di immagine e della reputazione del Paese.

Le aziende ritengono che il diffondersi del virus stia generando **un calo di fiducia nel sistema del Made in Italy**, da cui ne conseguirebbe la percezione di inaffidabilità dei nostri prodotti e la perdita di competitività delle nostre aziende.

A questo si collega la particolare sensibilità dimostrata dai nostri imprenditori in merito alla limitazione della mobilità internazionale, all'isolamento e alla discriminazione che i paesi stanno mettendo in atto nei confronti dell'Italia.

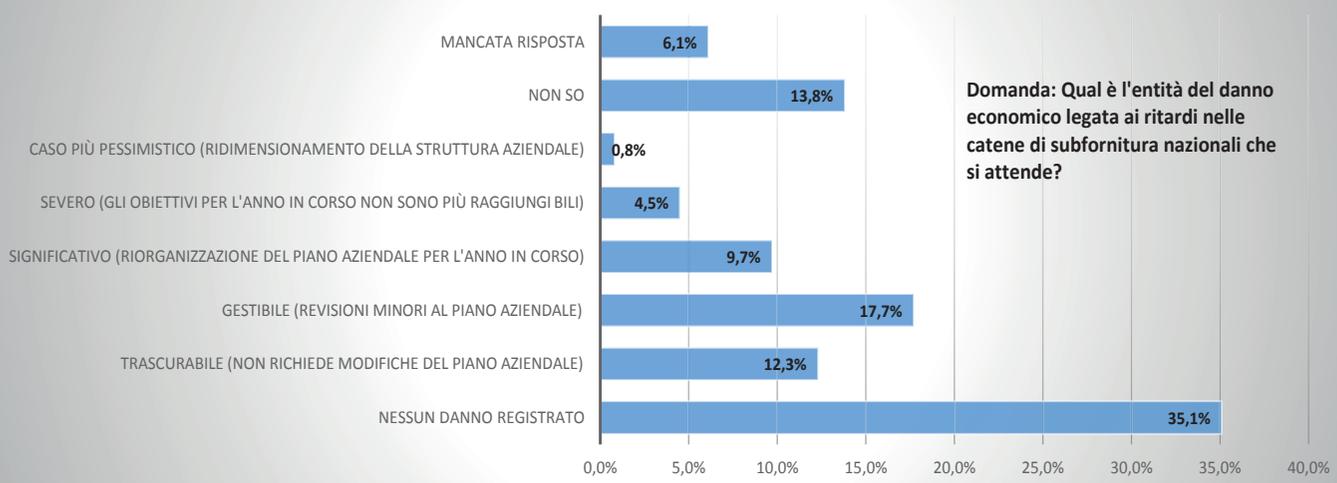
Soprattutto identificano la difficoltà nell'incontrare clienti, fornitori e personale estero. Si segnala inoltre come la restrizione della mobilità si accompagni anche all'interruzione dei rapporti commerciali.

Questo genera una serie di problematiche logistiche tra le quali la difficoltà di circolazione dei dipendenti delle aziende e delle merci, quest'ultima necessaria a garantire il rispetto dei tempi di spedizione e di consegna che diversamente provocano uno slittamento dei termini di pagamento.

Viene poi messa in luce **la difficoltà di approvvigionamento di materie prime e di semilavorati**, segmento fondamentale della produzione industriale sul quale si basano i cicli di lavorazione e le strategie di produzione. Sul piano interno emerge la difficoltà a gestire il personale, legata alla paura dei dipendenti che genera molto spesso assenteismo. Emergono le difficoltà per chi ha personale bloccato all'estero e delle aziende alle quali viene richiesta una garanzia dello stato di salute dei propri dipendenti da parte di clienti stranieri.

In generale, questa condizione di diffidenza sul piano domestico e internazionale sta determinando un rallentamento delle attività produttive. Si teme anche una perdita di commesse a vantaggio di competitor europei. Dall'indagine si evince dunque un clima d'incertezza e di allarme pervasivo nel nostro Paese che se dovesse perdurare ancora a lungo potrebbe comportare anche un congelamento delle iniziative imprenditoriali.

ENTITÀ DEL DANNO PER DISAGI NELLE CATENE DI SUBFORNITURA ITALIANE (IN % SU UN CAMPIONE DI 3171 IMPRESE)



Domanda: Qual è l'entità del danno economico legata ai ritardi nelle catene di subfornitura nazionali che si attende?

Restano sullo sfondo i problemi legati alla diffusione del Covid-19 in Cina

Come già menzionato, **tutte le criticità legate alla diffusione del Covid-19 in Cina** e alle conseguenze che questo potrebbe produrre per l'economia globale, seppur molto gravi, **sono passate del tutto in secondo piano** a seguito della scoperta di contagi anche nel nostro Paese.

Questo è forse uno dei risultati principali di quest'indagine, in cui si chiedeva inizialmente di distinguere tra gli effetti della diffusione in Cina e quella in Italia: la maggior parte dei rispondenti non sembra aver recepito la differenza e infatti i risultati inerenti alla Cina appaiono distorti al rialzo. Per questa ragione si è deciso di concentrarsi solo nella presentazione di quelli legati alla diffusione del Covid-19 in Italia, che comunque è consequenziale per chiare ragioni alla precedente diffusione in Cina.

Qui di seguito riportiamo comunque delle linee di ragionamento sui possibili impatti legati al rallentamento della Cina, che non intendono essere esaustive ma indicative di un ingombrante problema che resta comunque sul tavolo.

L'economia cinese pesa ormai quasi un quinto dell'economia mondiale, ciò impli-

ca che un rallentamento della crescita pari a un punto si traduca in un rallentamento di circa 0,2 punti percentuali di crescita del PIL mondiale. Questo non potrà che tradursi in effetti negativi anche per l'economia italiana.

Nel 2020 la crescita della Cina secondo i principali previsori era attesa essere intorno al 6,0%, che questa previsione venga rivista a ribasso sembra ormai certo, la questione è di quanto: sono state fatte molte ipotesi, ma data l'incertezza ancora troppo elevata sulla diffusione a livello internazionale del Covid-19 e sulla sua durata, ogni previsione potrebbe essere rapidamente smentita.

Per quanto concerne i possibili danni legati all'export italiano, uno dei primi dati di riferimento è quello del nostro export totale verso la Cina nel 2018, pari a circa 12 miliardi di euro. L'eventuale effetto non è di per sé omogeneo tra i vari comparti del *Made in Italy*.

Per l'Italia il settore più a rischio potrebbe essere quello dei pellami che in Cina realizza il 5,4% del proprio export totale e il tessile e abbigliamento la cui esposizione si attesta al 4,4%. Particolarmente esposto risulta anche un settore chiave per l'economia italiana come quello dei macchi-

nari (3,9%). Va tuttavia notato che l'Italia è meno presente sul mercato cinese rispetto ad altri partner europei: la Cina pesa per il 2,8% dell'export totale italiano, mentre per la Francia il dato è pari al 4,3% e per la Germania addirittura il 7,1%. Problemi potrebbero verificarsi anche rispetto alla mancanza di approvvigionamenti e dunque alla reperibilità di materie prime o semilavorati.

Molte produzioni nazionali rientrano nelle catene del valore globali e una parte della componentistica proviene dalla Cina. Il rallentamento delle produzioni cinesi a causa del Covid-19 rischia perciò di rallentare sensibilmente la manifattura in diversi settori.

Va poi sottolineato come i soli problemi legati al rallentamento dei flussi di turisti cinesi fossero stati inizialmente segnalati come di elevato rilievo per il settore. Ovviamente il problema ha poi assunto un'altra scala che ha determinato anche in questo caso il passaggio del tutto in secondo piano delle criticità legate esclusivamente alla Cina. Durata e diffusione dei disagi saranno determinanti per quantificare i danni complessivi.

A cura del Centro Studi Confindustria e dell'Area Affari Internazionali di Confindustria

Basta un click!

Innovazione



FIDATI DEL BLU

Gli utensili PFERD con XLOCK

- Cambio utensile rapido e semplice
- Montaggio sicuro di utensili diversi
- Compatibile anche con smerigliatrici angolari convenzionali

Visita il nostro sito www.pferd.it per maggiori informazioni.



www.pferd.com

Montaggio a caldo semplificato con riscaldatori a induzione

TWIM 15 di SKF è di facile impiego e consente di montare a caldo cuscinetti e componenti simili in maniera rapida e sicura

Il riscaldatore a induzione TWIM 15 è stato concepito per semplificare la procedura di montaggio a caldo. Alberto Herrera, Product Development Manager SKF, spiega: “L'operatore deve semplicemente posizionare il cuscinetto al centro del riscaldatore e collegare la sonda di temperatura sulla parte superiore del foro dell'anello interno o di un altro componente da riscaldare. Premendo un tasto, il TWIM 15 riscalda il cuscinetto alla temperatura desiderata per il montaggio a caldo”.

I riscaldatori a induzione trasmettono il calore ai componenti utilizzando campi magnetici alternati. Questi campi magnetici creano correnti nei cuscinetti o componenti simili, che si riscaldano per la loro naturale resistenza alle correnti elettriche (il cosiddetto effetto Joule). L'aumento di temperatura risultante determina la dilatazione del materiale, che consente di montare il cuscinetto senza attrito né ricorso alla forza. Dopo il corretto posizionamento, il cuscinetto si contrae col diminuire della temperatura e ritorna alla sua forma originale, creando l'accoppiamento con la corretta interferenza richiesta sull'albero.

Questa procedura consente di ridurre i rischi di danni a cuscinetto, albero e operatore, rispetto ad altri metodi di riscaldamento come il bagno d'olio o le fiamme libere. Tuttavia, alcuni riscaldatori a induzione possono determinare il surriscaldamento, con conseguente danneggiamento del cuscinetto.



Il TWIM 15 è dotato di sonda di temperatura, elettronica ed intelligente, e di un software operativo avanzato, che consentono al riscaldatore di ottimizzare la procedura, assicurando il riscaldamento affidabile e sicuro del cuscinetto

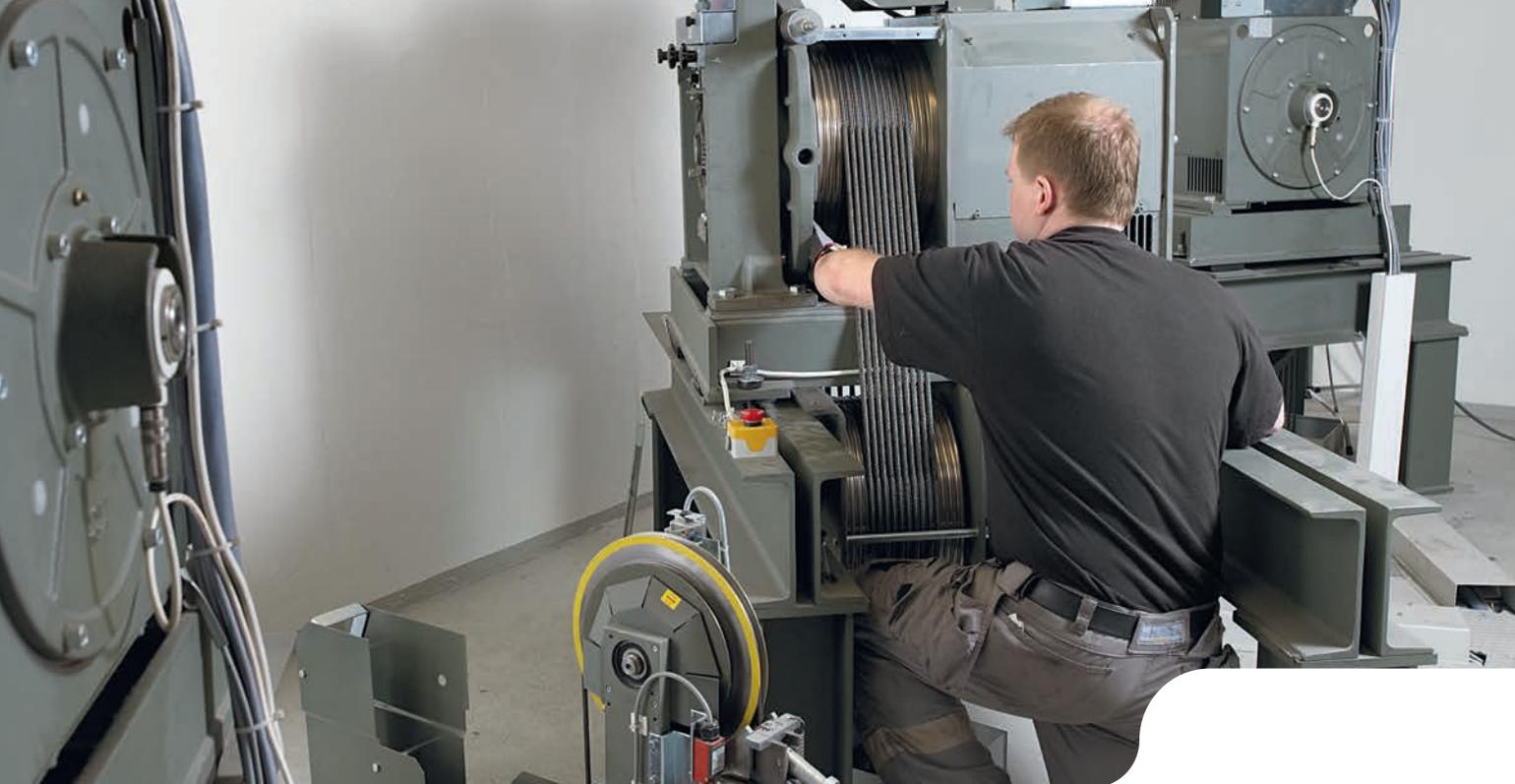
Il TWIM 15 è dotato di sonda di temperatura, elettronica ed intelligente, e di un software operativo avanzato, che consentono al riscaldatore di ottimizzare la procedura, assicurando il riscaldamento affidabile e sicuro del cuscinetto.

Il TWIM 15 è più versatile e comodo da utilizzare rispetto ad altri riscaldatori. Dotato di piastra a induzione piatta che non richiede l'uso di un giogo di supporto, può riscaldare un'ampia gamma di cuscinetti e componenti, compresi elementi sensibili come i cuscinetti con gioco ridotto.

Il TWIM 15, realizzato in robusta plastica rinforzata con fibra di vetro, è leggero e

portatile per consentire l'utilizzo sul campo e il suo pannello di comando intuitivo consente di gestirlo senza necessità di formazione speciale.

Brian Jagmohan, Product Marketing Manager SKF, spiega: “Se montati in maniera non corretta, i cuscinetti possono essere soggetti a cedimenti prematuri. Ottenere la giusta temperatura per il montaggio a caldo è essenziale per evitare questo tipo di guasti. Il TWIM 15 si distingue da altri riscaldatori a induzione per le sue prestazioni e la sua versatilità. Inoltre, è facile da usare e offre sicurezza e affidabilità superiori”



Raddoppiamo i limiti di velocità



Cuscinetti orientabili a rulli schermati di piccole dimensioni SKF Explorer di nuova generazione

Grazie al nuovo design che consente di diminuire l'attrito delle tenute fino al 50% e quello totale dei cuscinetti addirittura del 20%, i cuscinetti orientabili a rulli schermati di piccole dimensioni SKF Explorer possono ridurre la temperatura di esercizio di 20 °C (36 °F). La maggiore durata del lubrificante rende questi cuscinetti esenti da rilubrificazione in molte applicazioni, con conseguente riduzione dei costi associati alla manutenzione. Inoltre, le velocità limite raddoppiate rispetto ai cuscinetti SKF precedenti li rendono ideali per una gamma più vasta di applicazioni, da ascensori e carriponte a ventilatori e macchinari del settore alimentare e delle bevande.



Per saperne di più usa il codice QR o visita il sito skf.com/sealedsrb

Qual è la vostra affidabilità online?

Una sempre maggiore parte del business comincia a interessare l'ambito digitale. Ecco perché anche i distributori industriali devono stare al passo

La distribuzione è un business che si fonda su relazioni interpersonali. È un ritornello che si sente spesso dopo aver passato un po' di tempo nel settore. E, non a caso, una ricerca di recente pubblicazione sug-

gerisce che l'importanza di tali relazioni interessa anche l'ambito digitale.

Per di più, contrariamente a quanto si crede, essere affidabili online è ancora più importante, poiché si tratta di un ambiente in cui mancano l'interazione personale e la possibilità di conoscere dal vivo il prodotto.

Una ricerca recentemente apparsa sull'*Harvard Business Review* ha analizzato le modalità con cui i clienti decidono di comprare da un determinato sito web. A prescindere dai dettagli più strettamente accademici, l'assunto di fondo è che quando il consumatore prende una decisione "a rischio" – come ad esempio acquistare online – tende a basarsi più sull'intuizione che su una riflessione ponderata; il che spiega, per l'online, il peso di fattori quali estetica e professionalità.

Gli autori della ricerca sostengono che anche dettagli minori quali l'uso di determinati font o layout possono essere cruciali per accrescere la propria credibilità digitale. Altre componenti che possono influire sulla prima impressione sono: testimonianze di aziende esterne, facilità di entrare in contatto, foto del personale, certificati di acquisto sicuro (se il sito prevede la vendita online), appartenenza ad associazioni o gruppi d'acquisto noti; e anche contenuti extra quali blog, video e altre informazioni che enfatizzano le vostre competenze.

Altrettanto importante è che tutti questi contenuti siano facili da trovare. In generale, molti distributori hanno ancora parecchio da fare per poter soddisfare le aspettative digitali degli acquirenti. È consigliabile aggiornare continuamente design e organizzazione del proprio sito per attirare nuovi potenziali clienti e fidelizzarli. Utilizzate servizi di analisi dei visitatori per comprenderne al meglio il comportamento. Se i nuovi utenti non si soffermano più di un minuto, è un chiaro segnale che non credono alla vostra capacità di soddisfare le loro esigenze d'acquisto.

E se da un lato il vostro sito deve almeno dare l'impressione di essere stato realizzato negli ultimi dieci anni, non si tratta solamente di avere un look accattivante. In sostanza bisogna aiutare gli utenti a trovare ciò che cercano, perché diversamente passeranno oltre.

Pensate prima di tutto al cliente. State mantenendo le vostre promesse? Avete costruito affidabilità per ogni canale di vendita a vostra disposizione, incluso il sito web?

Fonte: Industrial Distribution



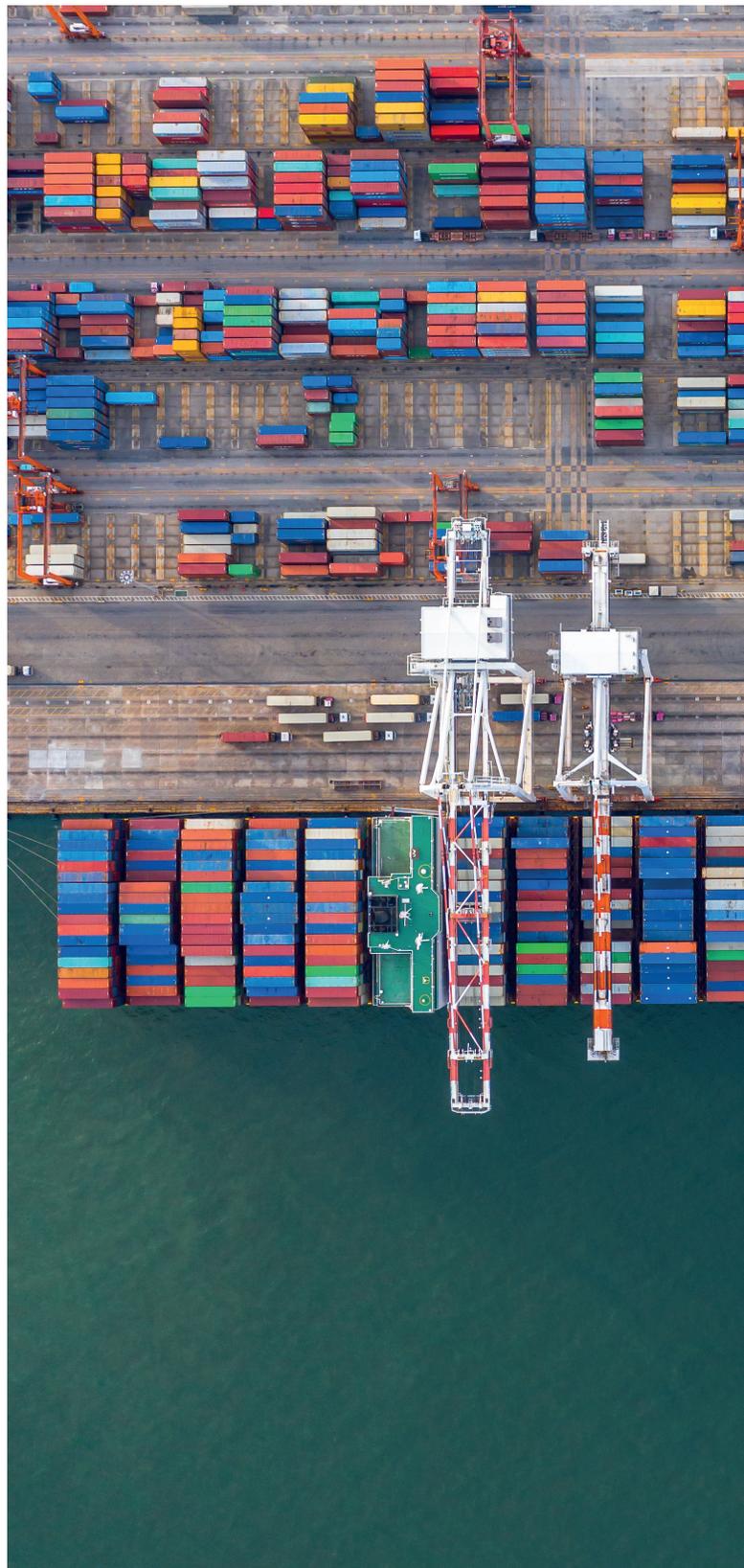
La dogana per la sostenibilità

Persone, crescita e pianeta al centro dell'azione della dogana mondiale

Il 26 gennaio 2020, la WCO (World Customs Organization – Organizzazione Mondiale delle Dogane) ha celebrato l'XI International Customs Day, la giornata mondiale delle dogane, dedicata alla sostenibilità, anche dal punto di vista doganale: *"Customs fostering Sustainability for People, Prosperity and the Planet¹"*.

Le dogane agiscono per la sostenibilità ambientale attraverso il contrasto al commercio illegale di rifiuti tossici, di sostanze dannose per l'ozono e di specie a rischio estinzione ma non solo: procedure doganali, regole di origine e semplificazioni perseguono il medesimo obiettivo. Nel 2004, anche le Nazioni Unite hanno lanciato la *Green Customs Initiative*, una partnership volta al potenziamento delle dogane e delle altre autorità di frontiera nella lotta al commercio illegale di beni pericolosi per la sostenibilità planetaria. Ed è anche in tale scenario che si colloca il trend di digitalizzazione delle procedure doganali che accomuna le dogane di tutto il mondo: il Codice Doganale dell'Unione (Regolamento 952/2013), entrato in vigore il 1° maggio 2016, ha tra i suoi scopi l'eliminazione della carta dalle procedure doganali e la loro totale informatizzazione entro il 31 dicembre 2025.

Il passaggio ai sistemi informatici ha già avuto inizio: il 2 ottobre 2017 è entrato in funzione il Trader Portal/Customs Decision System, il portale telematico attraverso cui l'operatore deve presentare diverse domande di decisione/autorizzazione e l'autorità doganale gestisce l'istruttoria e la decisione medesima. Dal 1° ottobre 2019, le domande di autorizzazione AEO e di ITV (Informazioni Tariffarie Vincolanti) devono essere presentate esclusivamente attraverso Trader Portal, eliminando i moduli cartacei precedentemente utilizzati. Tale trasformazione digitale riguarderà anche le dichiarazioni doganali che nei prossimi anni verranno totalmente informatizzate: il DAU (Documento Amministrativo Unico), il format attuale delle dichiarazioni doganali, scomparirà per essere sostituito da modalità informatizzate di trasmissione dei dati per lo sdoganamento.





La normativa doganale, poi, è fonte di incentivi alle imprese affinché si adoperino per l'implementazione di processi produttivi che prevedano che gli scarti e i rifiuti di produzione, nonché gli oggetti fuori uso, vengono riutilizzati nel ciclo produttivo successivo: non si tratta più di processi lineari ma circolari, la cui fine rappresenta anche l'inizio. Proprio da ciò deriva il concetto di "economia circolare", intesa come sistema auto-rigenerante in cui il riciclo e il riutilizzo dei materiali costituiscono una parte centrale del processo produttivo.

Tali incentivi sono strettamente collegati al tema dell'origine (non preferenziale e preferenziale) e del *Made in Italy*, simbolo di pregio e qualità che contraddistingue l'industria italiana nel mondo. Quando tratta di origine, il Codice Doganale dell'Unione (CDU) – prendendo le mosse dall'*Agreement on Rules of Origin*² – opera una distinzione tra prodotti interamente ottenuti in un unico Paese e prodotti lavorati in due o più Paesi.

Nella determinazione dell'origine non preferenziale dei prodotti lavorati interviene il principio, universalmente riconosciuto, di *ultima lavorazione sostanziale* che la UE, per alcuni beni, ha tradotto in regole ben precise (contenute nell'allegato 22-01 del Regolamento Delegato (UE) 2015/2446 e successive modifiche): i prodotti alla cui produzione hanno contribuito più Paesi si considerano originari del Paese in cui hanno subito l'ultima lavorazione sostanziale.

I prodotti, invece, interamente ottenuti in un solo Paese possono essere automaticamente considerati originari di tale Paese.

Non tutti i beni sono suscettibili di essere considerati interamente ottenuti. Il CDU fornisce una lista delle merci interamente ottenute³: per esempio, i prodotti minerali estratti in un Paese, gli animali vivi ivi allevati, i prodotti del regno vegetale ivi raccolti sono prodotti interamente ottenuti e quindi originarie di tale Paese.

Il CDU include, poi, in tale categoria di beni ***“i cascami e gli avanzati risultanti da operazioni manifatturiere e gli articoli fuori uso, sempreché siano stati ivi raccolti e possano servire unicamente al recupero di materie prime”***.

Ciò significa che i materiali derivanti da scarti o da prodotti in disuso riciclati per ricavarne materie prime sono da considerarsi originari del Paese in cui sono stati recuperati, a prescindere dall'origine non preferenziale iniziale del materiale o prodotto riutilizzato. Non solo, il CDU prevede che i prodotti fabbricati esclusivamente a partire da detti prodotti interamente ottenuti siano considerati anch'essi interamente ottenuti⁴.

Per capire gli effetti di tali disposizioni, prendiamo ad esempio un'azienda che acquista da un distributore di prodotti dismessi una caldaia fuori uso. Il rivestimento metallico di tale caldaia viene recuperato e impiegato nel processo produttivo di un nuovo prodotto. Sulla base di quanto previsto dalla normativa doganale, gli articoli fuori

uso sono considerati interamente ottenuti in Italia, se destinati al recupero di materie prime, e, dunque, sono di origine non preferenziale Italia. Pertanto, il rivestimento metallico della caldaia recuperato in Italia e poi impiegato in un nuovo processo produttivo è considerato *Made in Italy*.

Il concetto di prodotti interamente ottenuti non è limitato esclusivamente all'origine non preferenziale delle merci ma viene ripreso anche nell'ambito dell'origine preferenziale dagli accordi di libero scambio siglati dall'Unione europea con Paesi terzi.

Il tema della sostenibilità è caro anche alla nostra Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM): in occasione della conferenza con i direttori dell'Agenzia del 6 febbraio 2020, il nuovo direttore, Marcello Minenna, ha condiviso gli obiettivi e le strategie futuri dell'ADM. Tra questi, vi è il lancio del progetto **Kilometro zero**, che ha l'obiettivo di avvicinare dogana, imprese e logistica al fine di valorizzare il territorio su cui tali attori sono stabiliti "con importanti riflessi sulla competitività del sistema e sull'ambiente"⁵.

Uno degli strumenti attraverso cui perseguire tale obiettivo è sicuramente costituito dalle semplificazioni doganali e, nello specifico, la procedura ordinaria presso luogo approvato, c.d. "ordinaria c/o luogo".

Tale semplificazione consente agli operatori di sdoganare la merce per qualsiasi regime doganale direttamente presso un proprio stabilimento, un magazzino o un altro luogo approvato dalla dogana, producendo in autonomia le dichiarazioni doganali e ottenendo in tempo reale lo svincolo della dichiarazione, con relativo MRN e visto uscire. Ciò è possibile grazie alla comunicazione dei sistemi informatici atti all'emissione delle dichiarazioni doganali con il sistema telematico doganale che procede all'analisi dei rischi e allo svincolo in tempi ridottissimi.

L'ordinaria c/o luogo consente non solo un abbattimento di costi e di tempi, sia per gli operatori sia per le autorità doganali, ma anche una riduzione dell'impatto ambientale legato alle operazioni doganali, eliminando gran parte dei consumi e del traffico connessi allo spostamento delle merci al solo fine di "essere trattate" doganalmente.

Tutte le semplificazioni doganali previste dal CDU, se incardinate presso le aziende, consentiranno nei prossimi anni una notevole riduzione di costi, sì, ma anche di risorse non rinnovabili: sdoganamento centralizzato, EIDR (*Entry in the declarant's record's* – Iscrizione delle scritture del dichiarante), self-assessment e, soprattutto, AEO, nel rendere più fluide le procedure doganali, migliorano il rapporto tra dogana ed azienda e contribuiscono alla sostenibilità globale dei sistemi logistici.

Easyfrontier è da sempre a disposizione delle imprese per assisterle in tutti i percorsi di ottimizzazione, semplificazione e crescita della sostenibilità delle procedure connesse agli scambi con l'estero.

Matilde Poidomani, Team R&D Easyfrontier

Per info e approfondimenti sul contenuto dell'articolo e sui servizi offerti da Easyfrontier contattare:

Carmela Massaro

*Responsabile relazioni esterne e rapporti istituzionali
0245418305 – 389 3436217*

Note

¹ Traduzione: La dogana per la sostenibilità per le persone, la prosperità e il pianeta.

² L'Agreement on Rules of Origin (ARO) è il risultato dell'Uruguay Round dei negoziati della WTO (*World Trade Organization*) tenutosi nel 1994.

³ Articolo 31 del Regolamento Delegato (UE) 2015/2446.

⁴ Articolo 31, lettera j, del Regolamento Delegato (UE) 2015/2446.

⁵ *Il nuovo direttore Marcello Minenna incontra il top management dell'Agenzia. La Conferenza in sette post, 6 febbraio 2020, www.adm.gov.it/portale.*

Alle aziende nostre partner.

A un metro di distanza ma ancora più vicini

Queste ultime settimane di distanza e smaterializzazione forzata, dettata dalle misure di sicurezza contro il **CoronaVirus** hanno permesso ad Easyfrontier di esprimere la completa potenzialità delle proprie risorse. Da sempre le nostre azioni e politiche aziendali si sono basate sull'innovazione e sulle tecnologie. Costantemente abbiamo promosso, in ambito doganale, la **digital transformation** a partire dai processi, per arrivare ai cambiamenti culturali e manageriali delle imprese italiane. Oggi, più che mai, vogliamo essere vicini con risorse, competenze, mezzi e strumenti che sanno colmare le distanze. Quelle imposte dal difficile momento, ma anche quelle scelte in ragione della **sostenibilità**, della **ecologia** e dell'**economia**. Per tale motivo, continueremo ad assicurare l'attività di consulenza e assistenza, anche in remoto, con la possibilità di condividere ogni tipo documento e informazione funzionale allo svolgimento della nostra attività. Un grande augurio affinché la criticità di questo momento possa far emergere, ancora una volta, le immense potenzialità di cui le imprese italiane dispongono.

*Fulvio Liberatore
CEO Easyfrontier*

L'industria in buone mani



**IL DISTRIBUTORE
INDUSTRIALE**
DISTRIBUTION, VENDOR & MANAGEMENT



FNDI
*Federazione Nazionale
Distribuzione Industriale*



CONFINDUSTRIA FEDERARIE



FNDI - via Petitti 16, 20149 Milano | www.fndi.it - info@fndi.it | Tel. +39 346 5397316 |
[facebook.com/fndi1998](https://www.facebook.com/fndi1998) | [linkedin.com/company/fndi](https://www.linkedin.com/company/fndi) | twitter.com/FNDI1998 |

Customer Experience

Vendere e comunicare nell'era della rivoluzione digitale

La rivoluzione digitale che negli ultimi 20 anni ha trasformato il mondo sembra inarrestabile e continuerà a modificare radicalmente le nostre vite e il nostro modo di lavorare.

Gli acquisti su internet stanno gradualmente eliminando gli intermediari, se vogliamo stipulare una polizza per l'auto non serve più l'assicuratore, per l'acquisto di un libro non serve un libraio, per fare un bonifico non serve un bancario.

L'elenco delle attività che già oggi potrebbero essere completamente sostituite da un computer si allunga anno per anno, ad oggi pare che almeno il 20% delle attività lavorative nel mondo potrebbe essere completamente digitalizzato.

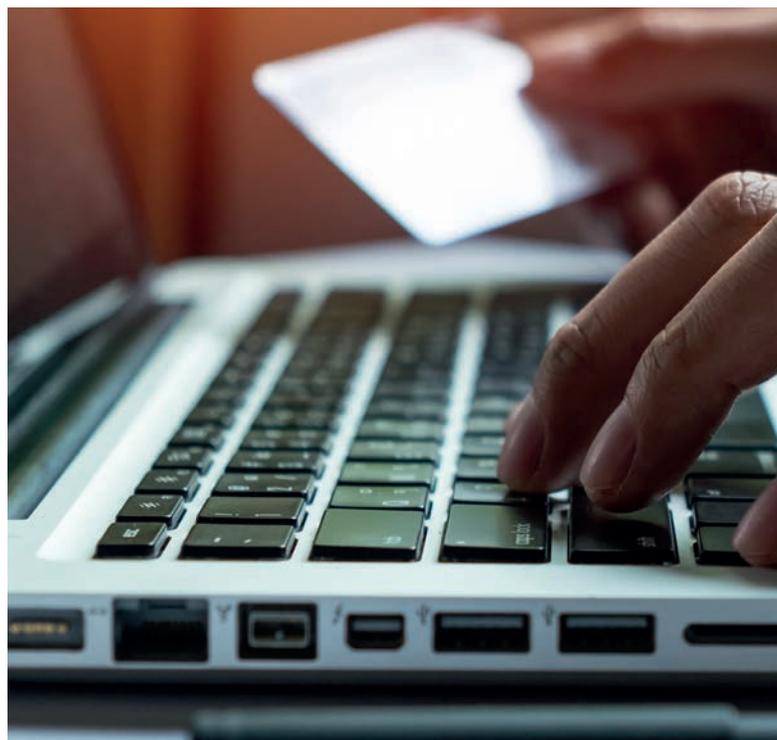
In questo nuovo scenario il ruolo di consigliere per gli acquisti è ormai delegato al nostro smartphone sul quale troviamo tutte le informazioni riguardanti il bene che intendiamo acquistare, siamo in grado di confrontarlo con quelli della concorrenza e sempre più spesso fare anche un'analisi dei costi.

Nei supermercati, nei magazzini di elettronica o nei negozi brico le aree destinate al contatto tra il compratore e lo specialista addetto ai consigli per gli acquisti sono ormai ridotte a poche unità e per parlare con chi ci può aiutare occorre spesso sottoporsi a lunghe attese che nessuno è più disposto a subire.

Questa rivoluzione non riguarda solo il retail ma anche il mondo delle aziende, nei prossimi anni i colossi del web (Amazon su tutti) sembrano intenzionati a vendere sempre di più i loro prodotti non solo ai privati ma anche direttamente alle imprese ed alle industrie. Il ruolo del venditore è quindi condannato ad una lenta estinzione?

Difficile rispondere, certo è che la sua sopravvivenza è legata ad una radicale modifica dei comportamenti rispetto al passato e al presente.

Non basta più solo soddisfare le esigenze del cliente offrendo soluzioni di qualità ad un prezzo equo, il compratore degli anni '20 non vuole solo scegliere un buon prodotto ma anche vivere un'e-



sperienza d'acquisto ricca e appagante, quella che gli esperti chiamano "Customer Experience".

Secondo una famosa enunciazione la customer experience è la reazione interiore e soggettiva del cliente di fronte a qualsiasi contatto diretto o indiretto con un'impresa.

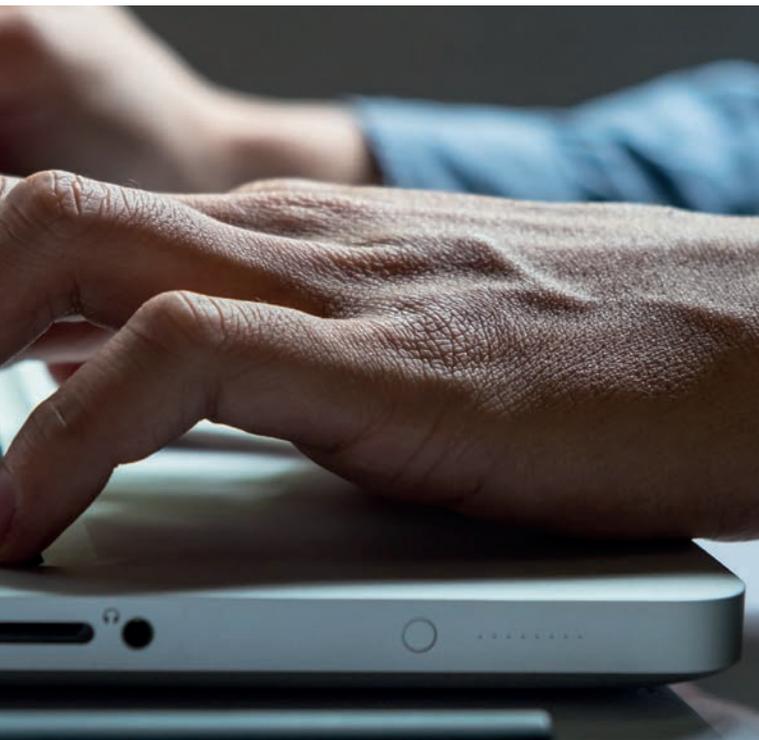
Nei loro libri Harley Manning e Kerry Bodine sono soliti raffigurare la Customer Experience come una piramide a tre livelli: il primo riguarda quanto l'interazione risulta soddisfacente per il cliente rispetto alle sue esigenze, il secondo considera la facilità d'acquisto del prodotto fornito ed il grado di complessità dell'interazione mentre il terzo prende in esame la misura in cui l'esperienza di acquisto viene avvertita come gradevole e rassicurante.

Possiamo sintetizzare i livelli con tre parole chiave: soddisfacente, facile, piacevole.

La soddisfazione è la base della piramide

Soddisfare con puntualità i bisogni manifesti viene ritenuto dal consumatore il requisito minimo e imprescindibile che l'azienda dovrebbe offrire.

Sempre di più il cliente sente l'esigenza di spiegare nel dettaglio quali sono i suoi gusti e le sue priorità, si aspetta un interlocutore in grado di formulare domande potenti che lo aiutino a chiarirsi sulle sue necessità e sull'utilizzo del prodotto e non si accontenta di risposte superficiali. Sarà sempre più necessario trovare soluzioni personalizzate per le singole esigenze ed accontentare anche le richieste più particolari e difficilmente comprensibili. Il cliente ha il diritto di avere una soluzione che si avvicini il più possibile



a quella che si era immaginato. Impariamo a: “dire poche parole, fare tante domande, ascoltare, personalizzare”.

La facilità è il secondo livello

Il cliente nell'era del web non ama le complicazioni e vuole ottenere le informazioni che lo interessano velocemente, acquistare il prodotto scelto pagando con lo strumento che preferisce, attivare un servizio senza perdersi in lungaggini burocratiche.

Tutto deve essere semplice, veloce e senza complicazioni come è abituato a fare quando condivide un selfie in facebook o una storia in Instagram, due click e tutto è fatto.

Il venditore dovrà mostrarsi preparato e professionale ma senza utilizzare un linguaggio gergale e incomprensibile. Il prodotto o servizio andrà illustrato in maniera semplice evocando praticità d'uso, immediatezza e duttilità.

Sarà utile mostrare testimonianze fotografiche o campionari dettagliati del prodotto finito, far intervenire i sensi del cliente facendogli provare la praticità della soluzione.

Impariamo a: “Fare prove pratiche di utilizzo, semplificare il linguaggio, evocare vantaggi, dare tempi certi”.

La piacevolezza è la punta della piramide

Raramente si compra per necessità, l'acquisto serve a soddisfare i nostri bisogni di autorealizzazione ed è per questo che l'acquirente si aspetta un coinvolgimento emotivo positivo.

Il venditore in questo caso dovrà essere empatico ed accogliente fin dai primi secondi del contatto personale o telefonico, il sito dell'azienda dovrà evocare scenari ai quali ognuno vorrebbe appartenere.

Entrando in un negozio o in un ufficio il cliente si dovrà sentire da subito importante, una persona speciale prima che un possibile compratore, un personaggio da coccolare, accudire, accontentare. Impariamo a: “Emozionare, evocare appartenenza, essere calorosi, far vivere un'esperienza appagante”.

I clienti sono ormai maturi per valutare con precisione in modo positivo o negativo la loro interazione con il sistema azienda (venditori, customer service, prodotti, servizi, sistemi automatici, luoghi fisici o virtuali), se la percezione dell'interazione è positiva non solo torneranno ad acquistare ma faranno anche ottima pubblicità gratuita, ma se la percezione è negativa non solo non acquisteranno più ma scoraggeranno altri ad avvicinarsi all'azienda.

Potrà apparire strampalato parlare di percezione e non di risultati. Probabilmente il successo commerciale dipenderà più dalla sua capacità di far partecipare il cliente ad una esperienza d'acquisto meravigliosa piuttosto che alla reale utilità e praticità dei prodotti.



*Antonio Zanaboni
Trainer e Coach
coach.libra@gmail.com*



ANALIZZATORE MULTI GAS

Dal peso inferiore ai 10 kg

Il nuovo GT5000 di Gaset, distribuito in Italia da Ital Control Meters, è in grado di fornire la potenza di analisi di un laboratorio in uno strumento portatile robustissimo e del peso inferiore ai 10 Kg con un'interfaccia operatore di ultimissima generazione utilizzabile tramite tablet o PC connessi via Bluetooth ma anche da remoto tramite WiFi / Ethernet. È possibile analizzare fino a 50 gas contemporaneamente con lettura diretta in tempo reale sul posto e con salvataggio degli spettri di analisi.



ASPIRATORE PORTATILE

Per lavori in alta quota

DeWalt propone il nuovo aspiratore di polvere portatile DWH161 18V XR® Brushless. Compatibile con una vasta gamma di elettrodomestici di diverse marche, è un aspiratore leggero e portatile, ma allo stesso tempo molto resistente. Combinato con gli elettrodomestici per la rimozione di cemento, legno, detriti e polvere come martelli perforatori, fresatrici, levigatrici, seghe, ecc... l'aspiratore DWH161 mantiene un ambiente di lavoro sano e pulito. Perfetto per effettuare lavori in quota o in spazi ristretti.



ELETTROVALVOLA A 5 VIE

Adatta in spazi ristretti

JSY è la più piccola elettrovalvola a 5 vie attualmente disponibile sul mercato. Prodotta da SMC, misura soli 6.4 mm, compatta e leggera. Grazie a queste caratteristiche è pratica e particolarmente adatta in applicazioni in cui lo spazio è prezioso. Nonostante le sue dimensioni compatte, può raggiungere un'elevata portata da 179 a 1551 l/min. Grazie alla sua velocità, la produttività può essere incrementata, offrendo un vantaggio per le installazioni dove il miglioramento dell'efficienza è fondamentale.



PARANCHI MANUALI

Dotati di freno automatico

Beta Utensili presenta i nuovi paranchi manuali 8143, 8146 e 8146C, appartenenti alla gamma di accessori per funi e per il sollevamento Robur, parte della promozione Beta Action 2020. Realizzati con materiali di alta qualità, sono dotati di freno automatico a doppio salterello e gancio girevole con sicura, al fine di evitare il rilascio accidentale del carico e garantire le migliori condizioni di sicurezza. Utilizzati nelle manutenzioni, nell'industria, nell'edilizia, nell'oil&gas e nell'automotive.



GUIDE A SFERA

In diverse taglie

La gamma produttiva di SBC, distribuita in Italia da Romani Components, comprende guide a sfera da taglia 9 a taglia 65 nelle diverse tipologie di binari e carrelli standard o provvisti di trattamento anticorrosione Raydent o altri trattamenti più tradizionali. Le guide a rulli SBC sono previste in taglie dimensionali da 35 a 55 con le differenti tipologie di carrello in classe di qualità elevata e anch'esse disponibili di diversi accessori a corredo. Classi di precisione dalla standard N alla precisa P.



RESPIRATORI SEMIMASCHERA

A quadruplo flusso

RS Components ha introdotto la serie 3M Secure Click HF-800 di respiratori dotati di un sistema di filtri/cartucce a quadruplo flusso volto a migliorare la respirazione. Con un bordo di tenuta in silicone con ponte nasale flessibile, sono forniti di bardatura nucale. La respirazione è agevolata dalla combinazione di due cartucce a doppio flusso che semplificano la respirazione creando quattro vie aeree distinte. L'aria espirata e l'umidità vengono ridirezionate verso la valvola di esalazione in basso.



SENSORI DI PRESSIONE E interruttori di livello

VEGA introduce i sensori di pressione VEGA-BAR e gli interruttori di livello VEGAPOINT per il settore farmaceutico che consentono il riconoscimento visivo degli stati d'intervento. I sensori si contraddistinguono per la comunicazione universale. Il protocollo standard IO-Link consente il trasferimento intelligente dei dati e la semplice integrazione nell'impianto. Gli strumenti compatti vengono prodotti ad hoc per tutte le applicazioni standard basate sui più elevati livelli qualitativi o igienici.



BARRIERE ANTICADUTA Contro pericolo ribaltamento

Per contrastare il pericolo di ribaltamento nelle aree di stoccaggio dove è fondamentale accatastare merci in altezza, A-SAFE ha progettato le barriere anticaduta Toppole, in grado di proteggere pedoni, merci e veicoli. La gamma raggiunge 5,2 metri di altezza e, grazie al loro design modulare, si adattano alle diverse esigenze attraverso l'aggiunta di respingenti, corrimano e colonnine all'unità di base. Realizzate in Memaplex, sono progettate per flettersi e tornare alla forma originale dopo l'impatto.



LIME ROTATIVE Per lavorazioni di super-leghe

Per ampliare la linea di lime rotative, Dormer Pramet ha progettato una gamma di prodotti per la lavorazione di super-leghe, che soddisfa la richiesta di prodotti per finiture su leghe di nickel e titanio. Le lime rotative specifiche AS ad alto rendimento garantiscono infatti una elevata qualità di superficie lavorata. Questo rende la gamma ideale per togliere bavure ed eseguire smussi in reparti di manutenzione, riparazione e revisione, in industrie come l'aerospaziale e la generazione di energia.

RODOBAL®
rod ends specialists in Europe

RODOFLEX®

ORIGINAL PERMAGLIDE®

RODOGRIP®

AURORA®

RULAND®

RODOSET®

www.getecno.com



Toolbox è la piattaforma che ti mette a disposizione un sito **e-commerce** pronto all'uso sul quale è possibile caricare ed iniziare immediatamente a vendere i prodotti dei **principali produttori mondiali di utensili** e forniture industriali.



Sincronizziamo la piattaforma con il tuo software gestionale



Personalizziamo grafica e colori per mantenere la tua immagine



Ti diamo la possibilità di applicare scontistiche diverse per i tuoi clienti

FUNZIONE "PUNCH-OUT"

TOOLBOX è compatibile con le maggiori soluzioni e-procurement come ad esempio Ariba e SAP/OCI per gestire gare ed accordi quadro. Mediante il modulo **MEPA** sarà inoltre possibile creare cataloghi per la Pubblica Amministrazione.



Scopri di più su toolbox.weblink.it



Weblink srl
Via Manin, 30 - 21100 - Varese
Tel 0332/239546 | info@weblink.it



ICAM E NTN-SNR ENTRANO A FAR PARTE DI FNDI

Le due aziende fanno il loro ingresso in Associazione nella figura di Socio Sostenitore

FNDI è lieta di annunciare l'arrivo di **due nuovi importanti aziende** nel gruppo dei Soci Sostenitori di FNDI. Si tratta di ICAM e NTN-SNR Italia.

Situata a Putignano (BA), **ICAM** è tra i principali produttori europei di **sistemi automatici per lo stoccaggio e la distribuzione di materiali e merci**. La sua offerta include la gamma dei **sistemi automatici** verticali a vassoi traslanti, a sviluppo verticale e orizzontale, i **caroselli verticali** e i **sistemi semi-automatici** compattabili. Attraverso partnership con i migliori System Integrator e System Provider, ICAM soddisfa fabbisogni logistici di migliaia di aziende ed enti pubblici su scala mondiale. In oltre **60 anni** di esperienza, vanta più di **4.000 installazioni** in **50 Paesi**.

NTN-SNR Italia, presente su tutto il nostro territorio nazionale, rappresenta **NTN Europe**, filiale europea di **NTN Corporation**, uno dei leader mondiali in **progettazione, sviluppo e produzione di cuscinetti**, moduli lineari, pulegge di distribuzione, componenti per sospensioni, giunti omocinetiche e forniture di servizi di assistenza. I suoi marchi **NTN, BCA, BOWER** e **SNR** sono un punto di riferimento per tutti i mercati **OEM** e **Aftermarket** dei settori industriali, dell'automotive e dell'aeronautica. L'**innovazione** è un aspetto cruciale della sua attività, con un'attenzione particolare a fornire le risposte più appropriate per creare una società più rispettosa dell'**ambiente**.

Benvenute in FNDI!

ICAM
INTELLIGENT SPACE SOLUTIONS

NTN **SNR**

LA CONVENZIONE 2020 DI ICAM PER FNDI

L'azienda offrirà agli associati un'importante scontistica

FNDI è lieta di annunciare la nuova **esclusiva convenzione** riservata **per tutto il 2020** agli Associati dal **nuovo Socio Sostenitore ICAM**.



ICAM, a fronte dell'acquisto di una o più Soluzioni Intelligenti, riserva infatti alle aziende associate **una serie di vantaggi e sconti esclusivi!**

Per maggiori informazioni contatta **info@fndi.it** o il Segretario Generale Dott.ssa Valentina Razzini **346 5397316**



HANNOVER MESSE 2020 UFFICIALMENTE CANCELLATA

Dopo un iniziale posticipo della manifestazione nel mese di luglio, la persistenza della pandemia di Covid-19 ha costretto Deutsche Messe ad annullare definitivamente l'edizione di quest'anno

Nel 2020 il mondo dell'industria non si incontrerà ad Hannover.

“Data la diffusione della pandemia di Covid-19, e a seguito delle ampie restrizioni imposte alla vita pubblica ed economica, **HANNOVER MESSE non potrà aver luogo quest'anno**”, ha affermato **Jochen Köckler, presidente del CdA della Deutsche Messe AG**. “I nostri espositori, i partner e tutto il nostro team hanno fatto tutto il possibile, ma a questo punto dobbiamo accettare che nel 2020 non sarà possibile ospitare l'evento industriale più importante del mondo”.

È la prima volta nella storia di 73 anni di HANNOVER MESSE che l'evento non avrà luogo. Tuttavia, gli organizzatori non lasceranno che lo spettacolo svanisca completamente. “**La necessità di networking e scambio di informazioni** è particolarmente importante in tempi di crisi”, afferma Köckler. “Questo è il motivo per cui stiamo attualmente lavorando intensamente su una piattaforma di informazione e networking digitale per HANNOVER MESSE che apriremo ai nostri clienti a breve.”

“Siamo fermamente convinti che nulla possa sostituire il contatto diretto da persona a persona”, afferma Köckler, “ma soprattutto in tempi di crisi dobbiamo essere flessibili e agire in modo pragmatico. Come organizzatori della più importante fiera industriale del mondo, vogliamo offrire un supporto e sostenere la vita economica durante la crisi. Lo stiamo facendo con la nostra nuova offerta digitale.”

La prossima edizione di HANNOVER MESSE si terrà dal **12 al 16 aprile 2021**.

ELENCO AZIENDE

In neretto le aziende inserzioniste

A-Safe	43	NTN-SNR	20, 4° cop.
Beta Utensili	42	Parker Hannifin	13
Comer	12	Pferd	32
De Walt	42	Romani Components	22, 23, 42
Dormer Pramet	43, 3° cop.	RS Components	7, 18, 42
EFIM	46	Schaeffler	2° cop., 7
Getecno	43	SKF	12, 33, 34
ICAM	6, 12	SMC	42
Ital Control Meters	42	Strumentazione Industriale	24, 25
Minetti	7	Vega	43
Mondial	4	Weblink	44



32 **bi** UCIMU
mu

fieramilano
14-17/10/2020

**TECNOLOGIE
DIGITALI
PER PRODUZIONI
SOSTENIBILI**

DIGITAL TECHNOLOGIES
FOR SUSTAINABLE PRODUCTION

MACCHINE UTENSILI A ASPORTAZIONE,
DEFORMAZIONE E ADDITIVE,
ROBOT, DIGITAL MANUFACTURING
E AUTOMAZIONE,
TECNOLOGIE ABILITANTI,
SUBFORNITURA

METAL CUTTING, METAL FORMING
AND ADDITIVE MACHINES,
ROBOTS, DIGITAL MANUFACTURING
AND AUTOMATION,
ENABLING TECHNOLOGIES,
SUBCONTRACTING

BLACK SHARK OFFRE LA MASSIMA SICUREZZA

La nostra gamma di maschi della linea Shark è stata ampliata con una nuova serie per acciai ad elevata resistenza e leghe di titanio. Disponibili in geometrie con imbocco corretto (E334) e con elica a spirale (E335) per filettature di fori ciechi e passanti, questi nuovi maschi garantiscono elevate prestazioni e sicurezza di processo su materiali trattati inferiori a 45 HRC.

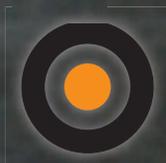
Simply Reliable.



ELEVATE
PRESTAZIONI



SICUREZZA NEL PROCESSO
DI LAVORAZIONE



FILETTI
PRECISI





CUSCINETTI RADIALI RIGIDI A SFERE **ENJOY THE SILENCE***

NTN-SNR perfeziona la qualità della propria offerta di cuscinetti radiali rigidi a sfere, implementando il gioco interno CM con tolleranze ridotte come nuovo standard del marchio NTN. Attraverso questa evoluzione, NTN-SNR dimostra la volontà di proporvi il meglio della tecnologia giapponese.

Oggi il comfort acustico è alla portata di tutti!

NTN® **SNR**®

www.ntn-snr.com



With You

* Vi godrete il silenzio.