

RASSEGNA STAMPA



Indice

FERVI presenta il nuovo concept “+SMART” ilgiornaledellaaftermarket.it - 01/07/2026	4
Seghetto diritto a batteria intercambiabile per tagli rapidi e accurati su vari materiali Far da sé - 01/07/2026	6
ASPIRAPOLVERE ASPIRALIQUIDI 10 LT Far da sé - 01/07/2026	7
Nuova chiave a impulsi Ferramenta & Casalinghi - 01/07/2026	8
Alberto Casati nominato Vicepresidente di FERV Group e Brand Ambassador per il settore MRO Subfornitura & Eco-industria - 01/07/2026	9
FERVI consolida la partnership tecnica con Go Eleven nel Mondiale Superbike 2026 Subfornitura & Eco-industria - 01/07/2026	10
FERVI - Ilaria Menduni, Key Account Manager Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/07/2026	11
DA PRODOTTO DI SERVIZIO A SOLUZIONE AD ALTO CONTENUTO TECNOLOGICO Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 01/07/2026	12
FERVI lancia il nuovo concept comunicativo “+SMART” confindustriaemilia.it - 01/07/2026	17
FERVI lancia +SMART il nuovo concept per il settore MRO closeupmedia.it - 01/07/2026	19
Un sistema “+SMART” nell'ADV di FERV. Pronti al lancio del nuovo concept comunicativo mediakey.it - 01/07/2026	21
FERVI PRESENTA “+SMART”, IL NUOVO CONCEPT SVILUPPATO CON BEYOND GROUP TouchPoint Today - 02/07/2026	23
Comunicazione FERV si evolve e presenta “+SMART”, nuovo concept strategico e creativo Daily Media - 02/07/2026	24
FERVI evolve la propria comunicazione e lancia il nuovo concept ADV “+SMART” adcgroup.it - 04/07/2026	26
Fervi presenta il nuovo carrello porta utensili C088 PneusNews.it - 14/07/2026	28
Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERV ilgiornaledelmeccanico.it - 20/07/2026	30
FERVI, due nuove valigette con utensili ampliano la gamma dedicata all'utensileria manuale confindustriaemilia.it - 20/07/2026	31
FERVI: due nuove funzionali valigette con utensili carrozzeria.it - 20/07/2026	33
Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERV ilgiornaledellaaftermarket.it - 20/07/2026	35
Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERV dedicata a professionisti della manutenzionee appassionati di bricolage	36

bricoportale.it - 21/07/2026

Due nuove valigette utensili Fervi 38
scootermagazine.it - 21/07/2026

Puntata 206 39
absmotori.it - 22/07/2026

Fervi: due nuove valigette attrezzi 40
girareliberi.it - 24/07/2026

Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERVI dedicata a professionisti della manutenzione e appassionati di bricolage 42
ferramenta2000.net - 24/07/2026

FERVI rinnova il catalogo FERVI ARREDA 4.0 43
ilgiornaledelmeccanico.it - 27/07/2026

FERVI ARREDA 4.0, il nuovo catalogo per i punti vendita 45
closeupmedia.it - 27/07/2026

Fervi Arreda 4.0: nuove soluzioni performanti per progettare e vestire i punti vendita 47
confindustriaemilia.it - 27/07/2026

FERVI ARREDA 4.0: il catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita si rinnova 49
iocarrozziere.it - 27/07/2026

Soluzioni modulari e abbigliamento outdoor nel nuovo catalogo FERVI ARREDA 4.0 51
rassegnabusiness.news - 28/07/2026

FERVI ARREDA 4.0: nuove soluzioni performanti per progettare e vestire i punti vendita, ma non solo... 53
ferramenta2000.net - 28/07/2026

Autocom: la forza della competenza 55
Partsweb.it - 28/07/2026

Fervi Arreda 4.0: nuove soluzioni per i punti vendita 58
ferrutensil.com - 29/07/2026

Fervi Arreda 4.0: nuove soluzioni d'alta qualità 60
techmec.it - 30/07/2026



FERVI presenta il nuovo concept “+SMART”



I cookie ci aiutano a rendere i nostri servizi il più possibile efficienti e semplici da utilizzare. Navigando questo sito accetti il loro utilizzo secondo la Privacy Policy. FERVİ rinnova la propria comunicazione ADV dopo quattro anni dal consolidato posizionamento “WORK HARD, WORK SMART” con il nuovo concept “+SMART”. Un cambiamento che non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico, ma un vero sviluppo culturale del racconto di marca, capace di interpretare in modo contemporaneo il settore dell’MRO (

Maintenance, Repair and Operations). Il nuovo approccio introduce una visione più evoluta rispetto al mero prodotto, nella quale uomo, utensile e disponibilità immediata diventano elementi inseparabili e fondamentali della performance professionale. Nasce così “+SMART”, un claim di efficienza che supera il concetto tradizionale di “prodotto intelligente” per mettere al centro professionalità e competenza dell’uomo che lo sceglie e che lo utilizza con sapienza nel momento in cui gli serve.



Alla base della nuova campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group, c'è una riflessione semplice ma decisiva: un ottimo strumento non può esprimere il proprio valore senza la capacità della persona che lo utilizza, così come anche il miglior professionista si ferma se non dispone dello strumento corretto nel momento esatto del bisogno. È proprio in questa intersezione tra prodotto, persona e disponibilità che FERVI identifica oggi il vero significato della massima efficienza. In quest'ottica, il prodotto corretto, la competenza della persona e la disponibilità immediata, convergono in un unico sistema capace di generare valore concreto per il professionista. Anche la logistica assume un ruolo strategico diventando parte integrante della promessa di marca: non più semplice funzione operativa, ma leva fondamentale dell'esperienza FERVI.

Per quanto riguarda il linguaggio visivo della comunicazione, il nuovo mood ADV introduce un'estetica in cui il mondo reale del lavoro incontra il linguaggio della tecnologia: overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive, rendono le immagini in grado di trasmettere precisione, controllo e competenza. Anche il trattamento cromatico contribuisce a definire la nuova creatività FERVI attraverso tonalità più sature e una forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo della nuova identità visiva.

Il nuovo concept sarà sviluppato attraverso un ecosistema di comunicazione integrato che comprende: stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti dedicati alla rete distributiva. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento di FERVI come partner quotidiano per i professionisti della riparazione e della manutenzione, valorizzando non soltanto la qualità dell'offerta, ma anche la capacità dell'azienda di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro.

“Con +SMART abbiamo voluto raccontare un'evoluzione reale del nostro modo di interpretare il mercato e il rapporto con i professionisti. Oggi non basta più proporre un prodotto performante: il vero valore nasce dalla capacità di garantire competenza, continuità operativa e disponibilità immediata. L'ecosistema che ruota attorno all'equazione della Massima Efficienza espressa dall'utensile giusto in mano all'operatore competente nel momento del bisogno è proprio quello che intendiamo rappresentare attraverso la nuova comunicazione.” commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI.

PUBBLICAZIONE: Far da sé

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Print

AVE: €960.00

REACH: 130000

AUTORE: N.D.

PAGINA: 10

SUPERFICE: 32.00 %



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

VETRINA FAR DA SÉ

Seghetto diritto a batteria intercambiabile per tagli rapidi e accurati su vari materiali

È la soluzione ideale per chi cerca precisione, potenza e praticità in un unico utensile. Progettato per eseguire tagli rapidi e accurati su diversi materiali, offre una corsa della lama di 26 mm e una velocità a vuoto da 0 a 2.800 giri al minuto, garantendo prestazioni elevate in ogni situazione.

Versatile e affidabile, consente una capacità di taglio fino a 5 mm su profilati, 60 mm su tubi in acciaio, 115 mm nel legno, adattandosi sia alle esigenze professionali sia al fai da te evoluto.

Il manico ruotabile assicura ergonomia e controllo anche nelle applicazioni più complesse, mentre il sistema di sgancio rapido della lama, fornita in dotazione, consente cambi veloci e senza



interruzioni operative.

Il seghetto diritto 20V entra a far parte della gamma di elettro-utensili Fervi, disponibili a filo e a batteria. Le batterie della piattaforma 20V - F20VRange sono intercambiabili e compatibili con tutti gli elettro-utensili della linea, offrendo un ecosistema versatile ed efficiente.

art. FB20GS3AB-K prezzo di vendita al pubblico **euro 120,78**

Fervi (www.fervi.com)

PUBBLICAZIONE: Far da sé

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Print

AVE: €3000.00

REACH: 130000

AUTORE:

PAGINA: 87

SUPERFICE: 8.00 %

> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

Ancora 2 idee dai lettori *Far da sé*



GLI AUTORI DEI LAVORI PUBBLICATI IN QUESTE PAGINE RICEVERANNO IN PREMIO L'ASPIRAPOLVERE ASPIRALIQUIDI 10 LT OFFERTO DA

FERVI

(la foto è puramente indicativa del contenuto del pacco)



Nuovo battiscopa per la cucina

Il vecchio battiscopa della cucina era piuttosto malandato: il truciolare nobilitato, di cui era fatto, si era degradato e gonfiato per l'umidità, soprattutto la parte sottostante la lavastoviglie era spezzata e consumata. Ho rimediato delle perline spesse 20 mm e alte 135 mm e rispettando le misure originarie, ho rifatto tutti i listoni.

Ho riutilizzato i vecchi ganci applicandoli alla parte retrostante dei nuovi listoni, che sono stati verniciati con impregnante all'acqua color rovere (due mani) e rifiniti con vernice all'acqua trasparente e vetrificante.

Antonio Scalvenzi (Brescia)



Agile carrello portamazze da croquet

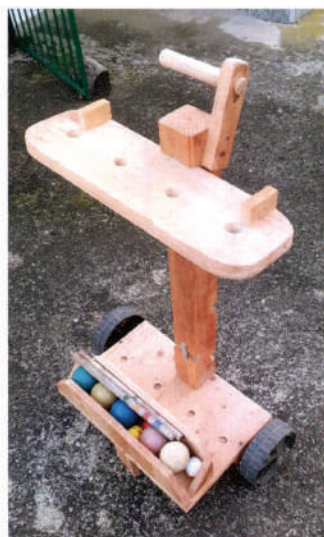
Dopo l'acquisto di un set di mazze da croquet (gioco che prevede l'utilizzo di una mazza in legno per colpire una palla con lo scopo di farla passare sotto più archetti in un determinato percorso), è nata l'esigenza di poterle riporre e trasportare in giardino agevolmente.

Utilizzando pezzi di legno di recupero, ho costruito questo carrello. Le ruote provengono da un vecchio carrello avvolgitubo, preventivamente tenute nel tipico spirito di un *far da sé*, mentre le parti in legno di pino/abete provengono da varie tipologie di imballaggi.

Gli utensili necessari sono stati: il banco sega per il taglio a misura delle tavole, la troncatrice per il taglio del travetto e per la sede trasversale necessaria per l'incastro della tavola forata, il trapano a colonna per le varie forature e la rotorbitale per la levigatura di tutte le parti.

Con viti e colla è stato assemblato il tutto.

Daniele Rusconi (Como)



FAR DA SÉ n. 549 Giu/Lug 26 **87**



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

FERVI

Nuova chiave a impulsi

Potente e affidabile, la nuova chiave a impulsi (art. FB20IW6AB-K) proposta da Fervi raggiunge una coppia massima di 550 Nm, ideale per operazioni di serraggio e svitamento impegnative di dadi fino a M28.

Dotata di corsa a vuoto fino a 2.700 min⁻¹, coppia regolabile e corona a LED per una migliore visibilità in condizioni di scarsa illuminazione, questa chiave rappresenta uno strumento indispensabile per officine e manutentori.



www.fervi.com



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

Alberto Casati nominato Vicepresidente di FERVI Group e Brand Ambassador per il settore MRO

Già Consigliere indipendente da oltre due anni, Casati porterà al Gruppo la sua esperienza internazionale nei mercati industriali, commerciali e professionali.

a cura di Caterina Fortuzzi



Il Consiglio di Amministrazione di **FERVI Group** ha nominato **Alberto Casati** nuovo **Vicepresidente del Gruppo**, affidandogli anche il ruolo strategico di **Brand Ambassador** per il settore **MRO** – Maintenance, Repair & Operations: un passaggio importante nel percorso di crescita e posizionamento del Gruppo per rafforzare la propria presenza in un comparto sempre più centrale per l'efficienza, la continuità operativa e la competitività delle imprese.

Casati siede da oltre due anni nel CdA di FERVI Group in qualità di **Consigliere indipendente** e la sua nuova responsabilità nasce quindi da una conoscenza già consolidata della visione aziendale, delle dinamiche interne e delle potenzialità di sviluppo del Gruppo.

Lombardo, classe 1960, nel suo percorso professionale Alberto Casati ha ricoperto ruoli di primo pia-

no in importanti realtà internazionali, con una lunga esperienza (36 anni) in **Black&Decker** e **Stanley Black&Decker** con incarichi manageriali crescenti, arrivando a ricoprire il ruolo di **Vice President SE-MEA – Southern Europe, Middle East & Africa**. Un'esperienza che gli ha permesso di maturare una profonda conoscenza dei mercati B2B, delle reti distributive, delle strategie commerciali e dello sviluppo internazionale.

Con il nuovo incarico, Casati avrà il compito di contribuire al consolidamento dell'identità di FERVI Group, rafforzandone la reputazione presso clienti, partner, stakeholder e operatori del settore MRO. Il suo ruolo di Brand Ambassador sarà orientato a rappresentare i valori del Gruppo: competenza, affidabilità, innovazione, vicinanza al cliente e capacità di interpretare l'evoluzione del mercato.

"La nomina di Alberto Casati rappresenta per FERVI Group una scelta di grande valore strategico", dichiara Roberto Tunioli, Presidente di FERVI Group.

"La sua esperienza internazionale, la profonda conoscenza dei mercati professionali e la capacità di leggere le trasformazioni del settore saranno fondamentali per accompagnare il Gruppo in una nuova fase di sviluppo, rinforzando il nostro ruolo nel mondo MRO e una relazione sempre più qualificata con clienti e partner".

"Il settore MRO sta entrando in una fase decisiva, dichiara Alberto Casati, Vicepresidente di FERVI Group.

Non è più soltanto fornitura di prodotti e soluzioni, ma un ecosistema di competenze, servizio, innovazione e continuità operativa.

Le imprese chiedono partner capaci di comprendere i processi, anticipare i bisogni e generare valore nel tempo. Il mio nuovo obiettivo, dopo 43 anni di lavoro con ruoli manageriali nel settore, sarà contribuire a rendere FERVI Group un punto di riferimento autorevole per questo cambiamento, valorizzando la forza del brand, sia nel mondo delle imprese sia nel comparto del fai da te più esigente".



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

FERVI consolida la partnership tecnica con Go Eleven nel Mondiale Superbike 2026

a cura di Caterina Fortuzzi

Prosegue anche nel 2026 la collaborazione tra FERVI e il team Go Eleven nel campionato mondiale di Superbike: attrezzature nel box, visibilità in pista e una stagione che unisce performance e precisione.



FERVI conferma anche per il 2026 il proprio sostegno al team Go Eleven nel Campionato del Mondo Superbike, proseguendo un percorso che avvicina il marchio emiliano al cuore delle competizioni: il box, dove ogni dettaglio conta e ogni secondo fa la differenza.

L'accordo prevede la fornitura di attrezzature e soluzioni per l'allestimento del box gara, a supporto del lavoro quotidiano di meccanici e tecnici. Il brand FERVI è inoltre presente sulla moto e sui principali materiali di comunicazione e logistica del team: pannelli del box, fondali interviste, abbigliamento e mezzi di trasporto dello staff. Una collaborazione che rafforza la presenza di FERVI nel mondo racing e crea nuove sinergie tra due realtà accomunate da affidabilità, precisione e determinazione.

Per la stagione 2026, Go Eleven scende in pista con **Lo- renzo Baldassarri** in sella alla **Ducati Panigale V4 R**, confermando un progetto tecnico orientato alla crescita e alla competitività ai massimi livelli della categoria.

Il Mondiale 2026 ha preso il via nel weekend del **20-22 febbraio** a Phillip Island (Australia) e farà tappa in Italia in due appuntamenti chiave: **Misano (12-14 giugno)** e **Cremona (25-27 settembre)**, momenti centrali per pubblico e addetti ai lavori, oltre che occasioni strategiche di visibilità per partner e sponsor.

"Il box di una Superbike è un'officina che vive al secondo: qui affidabilità e precisione non sono concetti astratti, ma risultati misurabili. Offrire il supporto tecnico a Go Eleven significa mettere la nostra strumentazione in un contesto estremo, dove tutto viene portato al limite. È un'opportunità che ci arricchisce: da un lato sosteniamo il lavoro di un team di alto profilo, dall'altro raccogliamo stimoli concreti per continuare a migliorare soluzioni e standard dedicati ai professionisti della manutenzione e della riparazione. È un'alleanza naturale, fondata su passione, competenza e responsabilità", dichiara **Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI.**

> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

FERVI

Ilaria Menduni, Key Account Manager

L'EVOLUZIONE DELLA GDS E DELLE RICHIESTE AI FORNITORI

Negli ultimi anni le insegne della GDS DIY hanno progressivamente innalzato le proprie aspettative nei confronti dei fornitori, richiedendo una maggiore continuità di servizio, elevati standard qualitativi e una costante attenzione all'innovazione di prodotto. In questo contesto, Fervi considera la GDS un canale commerciale complementare a quello tradizionale proponendo una selezione mirata di prodotti per rispondere alle esigenze specifiche di questo mercato, mentre il canale tradizionale continua a rappresentare un pilastro importante della propria presenza commerciale. L'integrazione dei due canali consente a Fervi di raggiungere segmenti di clientela differenti e di ampliare la copertura del mercato, mantenendo una strategia commerciale coerente e valorizzando le peculiarità di ciascun canale.



LE NUOVE MODALITÀ DI PRESIDIO DEL CANALE

Il presidio del canale GDS Ferramenta/DIY si basa su un approccio flessibile, che tiene conto delle caratteristiche e del posizionamento di ciascuna insegna. Fervi seleziona l'assortimento più idoneo alle specifiche esigenze del cliente, garantendo al tempo stesso coerenza con la propria offerta complessiva e con la strategia adottata nel canale tradizionale. Negli ultimi dodici mesi, in particolare, si è registrata una crescente domanda di contenuti digitali a supporto della vendita, come schede prodotto più dettagliate, QR code e video tutorial, accompagnata dalla richiesta di una maggiore flessibilità nella gestione logistica e dei rifornimenti.



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

SPECIALE torce e batterie stilo e ministilo

DA PRODOTTO DI SERVIZIO A SOLUZIONE AD ALTO CONTENUTO TECNOLOGICO

L'innovazione sta ridefinendo i criteri di scelta del mercato: ricarica USB-C, batterie al litio, autonomia, robustezza e funzionalità evolute si stanno rivelando sempre più decisive. Le aziende accompagnano questa evoluzione mettendo in campo assortimenti, packaging e servizi sempre più calibrati sulle specificità dei diversi canali

Negli ultimi 12-18 mesi queste categorie mostrano un'accelerazione della transizione verso soluzioni ricaricabili e più performanti. "Abbiamo osservato una domanda sempre più orientata verso prodotti ricaricabili, performanti e pronti all'uso", esordisce **Federico Tadolti** Responsabile Ufficio Vendite **ABC Tools**. "Nel mondo delle torce, la ricarica USB-C è ormai percepita come uno standard, l'utilizzatore cerca maggiore autonomia, robustezza, potenza reale e versatilità di utilizzo. Per le batterie stilo e ministilo resta importante la disponibilità immediata, cresce l'attenzione verso prodotti affidabili, sicuri e adatti anche ad assorbimenti più elevati". Passando ai fattori che più

stanno influenzando la domanda nel canale ferramenta, Tadolti osserva che "incidono soprattutto tre fattori: disponibilità dei prodotti, chiarezza dell'offerta e rapporto qualità/prezzo. Il cliente finale è più informato rispetto al passato e tende a scegliere prodotti che diano garanzie concrete: durata, sicurezza, resistenza e semplicità d'uso. Per questo, la categoria non viene più vissuta solo come prodotto d'emergenza, ma come strumento operativo da avere sempre a disposizione". Anche **Paolo Innecco**, Direttore Marketing Operativo **Beta Utensili** parla di "una crescita costante della domanda di prodotti ricaricabili, favorita dall'evoluzione delle batterie agli ioni di litio e dalla diffusione

della ricarica USB-C, ormai diventata uno standard di riferimento. Il mercato si sta orientando verso prodotti con maggiore autonomia, elevata qualità della luce, robustezza e praticità d'utilizzo, riducendo progressivamente l'interesse verso le tradizionali torce alimentate da batterie usa e getta". Dopo aver sottolineato che "**DeWalt** predilige l'alimentazione della sua gamma di illuminazione tramite batteria 18V intercambiabile con ogni elettrodotensile 18V DeWalt (la flessibilità del sistema a batteria è la nostra forza), oppure con alimentazione tramite cavo USB-C", **Matteo Monti**, Trade Marketing Specialist, riferisce che "il segmento a batteria sta registrando un sensibile aumento nell'ultimo periodo, sia nel canale ferramenta che DIY". "L'accresciuta richiesta di prodotti ricaricabili osservata negli ultimi anni" spiega **Pietro Gentilini**, Product Manager **Fervi** è dovuta al fatto "che sono più pratici e sostenibili rispetto alle soluzioni tradizionali. I clienti cercano soprattutto buona autonomia, luce efficace e funzioni che semplificano l'utilizzo, come la ricarica USB o i sensori di prossimità". **Fabrizio Figus** Sales Manager **La Filometallica** ritiene che questi articoli restino "un prodotto stagionale, quindi maggiormente venduto nel periodo estivo e soprattutto nel periodo autunno/invernale. La rotazione è sempre buona, la tendenza sembra sempre più quella di comprare un prodotto ricaricabile". Varta, spiega **Agostino Spallina**, Managing Director



Beta Utensili - La gamma di illuminazione wireless include torce, lampade da testa, lampade e faretti LED, comodamente ricaricabili in modo tradizionale con cavo USB-C o attraverso un'unica base di ricarica wireless con doppia postazione che può essere fissata a parete.



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

Domande

SPECIALE torce e batterie stilo e ministilo

Varta Italia "si è mossa in controtendenza rispetto al mercato italiano registrando un trend positivo sia a valore, sia a quota. In uno scenario competitivo sempre più sfidante, l'attenzione all'ambiente si conferma una leva strategica fondamentale per intercettare la domanda nei canali ferramenta e DIY. Nel comparto dell'energia portatile questo approccio, combinato alla qualità e all'efficienza che restano prioritarie, si traduce in un valore aggiunto concreto per il brand e si sviluppa attraverso un impegno multilivello che coinvolge anche il packaging".

Le caratteristiche che orientano l'acquisto

Nelle torce per anni i lumen sono stati il principale parametro di confronto. Oggi, invece, rappresentano solo uno degli elementi che guidano la scelta della torcia, accanto ad autonomia, ergonomia e facilità d'impiego. **Matteo Monti di DeWalt** nota che "sicuramente la potenza in Lumen è un fattore molto importante, ma oltre a questo bisogna considerare anche la versatilità e la praticità di utilizzo del prodotto in sé". Entrando nello specifico **Paolo Innecco di Beta Utensili** spiega che oggi "le caratteristiche maggiormente ricercate riguardano l'intensità luminosa, la qualità del fascio di luce, l'autonomia, i tempi di ricarica e la robustezza costruttiva.

La Filometallica - Il faretto portatile ricaricabile di Imperia (codice 301111), permette tramite la modalità Powersupply di utilizzare il faretto connesso alla rete elettrica per mezzo di un comune caricatore USB-C o in versione classica ricaricabile. Le porte USB-A e USB-C permettono inoltre di sfruttare la batteria integrata per ricaricare dispositivi esterni.



Anche la protezione contro acqua, polvere e urti, insieme alla presenza di magneti, ganci, teste orientabili e differenti modalità di illuminazione, rappresentano elementi sempre più apprezzati". A fronte di questo prosegue Innecco, "lo sviluppo della nostra gamma si concentra sull'incremento delle prestazioni luminose, sull'efficienza energetica, sull'adozione di batterie ricaricabili ad alta capacità e sulla massima praticità d'impiego, mantenendo gli elevati standard qualitativi richiesti da un utilizzo professionale". Nelle torce a fare la differenza oggi "è l'equilibrio complessivo del prodotto", afferma **Federico Tadolti di ABC Tools**. "Contano la qualità del

fascio luminoso, l'autonomia reale, il tempo di ricarica, la resistenza a urti e cadute, il grado di protezione IP, l'ergonomia e la possibilità di lavorare a mani libere grazie a magneti, ganci, clip, snodi o fasce frontali. Nello sviluppo della nostra offerta ci stiamo concentrando su torce e lampade realmente utili sul campo: ricarica USB-C, batterie Li-ion, indicatori dello stato di carica, corpi robusti, soluzioni orientabili e multifunzione". Passando alle batterie, Tadolti spiega che "il focus è sulla sicurezza e sull'affidabilità: le alcaline ad alto assorbimento sono pensate per torce ATEX, strumenti da lavoro e dispositivi che richiedono un flusso di energia costante, mentre le batterie speciali rispondono a esigenze più tecniche, come strumenti di misura, calibri digitali, micrometri, telecomandi e dispositivi elettronici". Autonomia, luminosità e semplicità d'uso sono gli aspetti più importanti anche secondo **Pietro Gentilini di Fervi** che riscontra un aumento dell'interesse "per funzioni innovative che migliorano il comfort di lavoro, come i sensori di accensione senza contatto. Per questo puntiamo su prodotti LED efficienti, batterie ricaricabili e soluzioni pratiche per l'utilizzo quotidiano". **Fabrizio Figus di La Filometallica** non ha dubbi: "la tendenza ormai è di prendere una tor-



ABC Tools - La lampada portatile flessibile LIGHT FLEXIGLOW illumina con precisione anche le aree più difficili da raggiungere. Il corpo orientabile, la luce uniforme ad alta resa cromatica e la base magnetica garantiscono massima praticità durante le operazioni di manutenzione. Ricaricabile tramite USB-C, offre fino a 7,5 ore di autonomia.



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

cia ricaricabile. Anche l'utente privato che una volta acquistava la torcia classica a batteria sostituibile, ora cerca un prodotto qualitativamente più professionale, come una torcia in metallo ricaricabile. Stiamo cercando di portarci sul mercato delle torce da lavoro un po' più professionale, tenendo sempre una gamma attiva "hobbistica". Abbiamo inserito come novità un faretto ricaricabile portatile con alte prestazioni". **Agostino Spallina** di **Varta Italia** ritiene che "nel mercato dell'energia portatile, la scelta di una batteria o di una torcia è determinata dalla capacità di garantire prestazioni mirate, certificate e supportate da una filiera industriale efficiente. Proprio per questo, al fine di incrementare le prestazioni della nostra gamma di alcaline fino al +200% ci siamo basati sui più severi standard internazionali, conducendo test allineati ai protocolli minimi di durata stabiliti dalla norma IEC 60086-2-1 ED1. A questa rigorosa aderenza tecnica si affianca la centralità della provenienza geografica come sinonimo di qualità costruttiva: la strategia di sviluppo valorizza l'ingegnerizzazione e la manifattura "Made in

Stanley - La torcia LED V20 (Cod. SFMCL020B-XJ) è progettata per offrire un'illuminazione pratica e affidabile durante le attività di lavoro.

Le tre luci LED integrate sviluppano fino a 140 lumen, mentre la testa orientabile e l'impugnatura gommata garantiscono comfort e precisione d'impiego in ogni situazione.



Categoria di servizio o leva di valore? Qual è il ruolo di torce e batterie stilo e ministilo nelle ferramenta?

Sono certamente categorie trasversali, ma oggi non vanno considerate solo come prodotti di servizio. Restano articoli ad alta rotazione e di acquisto ricorrente e possono generare valore quando l'assortimento è costruito in modo professionale. Per la ferramenta rappresentano un'opportunità concreta: intercettano target diversi, dal manutentore al tecnico, dall'artigiano al privato evoluto, e rispondono a molte occasioni d'uso, dall'emergenza domestica al lavoro in officina, dal cantiere all'ispezione tecnica. Una gamma ben esposta, con prodotti affidabili e riconoscibili, può favorire acquisti d'impulso ma anche fidelizzazione e marginalità. Per ABC Tools questa categoria ha un ruolo strategico: non solo completa l'offerta, ma rafforza la percezione del punto vendita come luogo dove trovare soluzioni professionali, disponibili e pronte all'uso.

Federico Tadolti Responsabile Ufficio Vendite ABC Tools

La famiglia dell'illuminazione rappresenta una categoria importante e di sviluppo per l'azienda. Può sicuramente generare fidelizzazione del cliente, soprattutto in virtù del fatto che con la batteria DeWalt con cui si può alimentare la torcia si possono utilizzare moltissimi altri elettrodomestici.

Matteo Monti, Trade Marketing Specialist DeWalt

Sono categorie trasversali che interessano sia il professionista sia l'utente privato. Oltre a rappresentare un servizio importante per il cliente, continuano a offrire opportunità di vendita grazie all'innovazione, alla frequenza di acquisto e alla varietà delle applicazioni.

Pietro Gentilini, Product Manager Fervi

Per la ferramenta sono un prodotto di servizio con una buo-

na marginalità. Il prodotto con batteria non inclusa aiuta ulteriormente portando l'utente finale ad acquistare anche le batterie classiche stilo/ ministilo. Il nostro prodotto ricaricabile con batteria integrata al litio è sempre provvisto di cavo USB, ma non di caricatore. In questo caso il ferramenta può offrire anche la vendita del caricabatteria.

Fabrizio Figus Sales Manager La Filometallica

Oggi torce e batterie non possono più essere considerate esclusivamente categorie di servizio. Pur mantenendo un'elevata rotazione e un ruolo importante negli acquisti d'impulso o di completamento, stanno evolvendo verso prodotti a maggior contenuto tecnologico e valore aggiunto. L'affermazione delle soluzioni LED, delle batterie ricaricabili e delle nuove esigenze legate alla mobilità, al lavoro professionale e alle attività outdoor ha ampliato le occasioni d'uso e innalzato le aspettative dei consumatori. Per il punto vendita rappresentano quindi categorie capaci di generare traffico, ma anche di creare fidelizzazione e marginalità, soprattutto attraverso un assortimento ben strutturato e un'offerta che sappia rispondere a esigenze sia professionali sia domestiche.

Paolo Innecco, Direttore Marketing Operativo Beta Utensili

Nel contesto delle ferramenta, se gestite strategicamente, le torce e le batterie possono rappresentare generatori di valore, marginalità e fidelizzazione per il punto vendita. Per le torce è essenziale, a questo scopo, ottimizzare lo spazio a scaffale, privilegiando le referenze ad altissima rotazione in modo da arginare il rischio di avere scorte immobili. Nelle pile stilo e ministilo il valore e la fidelizzazione passano attraverso la qualificazione tecnica, così da elevare la batteria da semplice commodity a prodotto premium.

Agostino Spallina, Managing Director Varta Italia



> 1 luglio 2026 alle ore 0:00

Domande

SPECIALE torce e batterie stilo e ministilo

Germany", rispondendo così alla richiesta del consumatore di una tecnologia tracciabile, sicura e ad alto rendimento".

Dal banco al web, così cambia l'approccio

L'ampliamento dei canali distributivi spinge le aziende a modulare non solo l'assortimento, ma anche packaging, materiali espositivi, comunicazione e servizi. L'obiettivo è valorizzare l'offerta rispondendo alle specifiche esigenze di ciascun cliente. **Pietro Gentilini** riferisce che **Fervi** "differenzia la gamma per rispondere sia a esigenze professionali sia a quelle più hobbistiche e fai-da-te. Per il canale ferramenta puntiamo su prodotti più tecnici e performanti, mentre per il GDS DIY selezioniamo articoli ergonomici e facili da usare. Inoltre, adattiamo la comunicazione e il supporto in base al canale: nella ferramenta tradizionale e nei distributori specializzati valorizziamo gli aspetti tecnici del prodotto, mentre nella GDS DIY sono fondamentali packaging chiari, informazioni immediate e facilità di scelta". "La base dell'offerta resta coerente, ma cambia il modo in cui viene presentata e valorizzata", premette **Federico Tadoli** di **ABC Tools**. "Nella ferramenta tradizionale puntiamo su assortimenti selezionati, prodotti facili da spiegare e supporti espositivi versatili ed essenziali, perché il consiglio del rivenditore resta determinante. Con i distributori specializzati lavoriamo invece su profondità

DeWalt - La torcia LED compatta DCL077-XJ 12/18V XR assicura un'illuminazione potente e versatile in cantiere, officina e durante gli interventi di manutenzione. Offre tre livelli di intensità luminosa fino a 2.000 lumen, impugnatura girevole con attacco per cavalletto e protezione IP54 contro polvere e spruzzi d'acqua.



di gamma, continuità logistica, disponibilità a magazzino e prodotti più tecnici, adatti a manutenzione, officina, impiantistica e industria. Nell'e-commerce diventa centrale la qualità dell'informazione: schede complete, immagini, dati tecnici, video dimostrativi e contenuti che aiutino l'utente a scegliere correttamente. Anche le politiche commerciali vengono adattate al canale: selezioni dedicate, promozioni ed espositori devono rendere la categoria facile da acquistare, facile da gestire e redditizia per il rivenditore. La promo torce e lampade 2026, ad esempio, lavora proprio sulla valorizzazione della selezione e sull'incentivo all'assortimento". Le strategie di **Beta Utensili**, riferisce **Paolo**

Innecco è proporre "gli strumenti di illuminazione Beta su tutti i canali a disposizione: ferramenta, forniture industriali, grossisti e operatori dell'autoriparazione. Non abbiamo un nostro e-commerce ma molti rivenditori hanno intrapreso questa modalità di vendita al dettaglio". In tutto questo, "il packaging gioca un



Fervi - Dotata di LED COB da 3 W con flusso luminoso fino a 300 lumen e temperatura colore di 6500 K, la lampada da testa Fervi 0482/3 garantisce un'illuminazione uniforme e ben distribuita. La batteria ricaricabile Li-ion da 3,7 V e 1500 mAh con fino a 4 ore di autonomia si ricarica in circa 3 ore tramite USB. Si accende e si spegne senza contatto grazie al sensore di prossimità integrato.

Beghelli - Comoda T-160 è una robusta lampada portatile in materiale antiturto, ideale per molteplici utilizzi. La batteria ricaricabile al litio si ricarica tramite presa USB utilizzando il cavo in dotazione. I quattro LED ad alta efficienza Ultra Bright White assicurano un'autonomia fino a quattro ore, elevata luminosità, consumi energetici contenuti, lunga durata e manutenzione ridotta.





> 1 luglio 2026 alle ore 0:00



Usag – La torcia tascabile a LED 889 SP offre un supporto rapido e immediato nelle attività quotidiane di officina, manutenzione, installazione e assistenza tecnica. Dotata di clip di aggancio magnetico, orientabile a 360°, offre 2 modalità di illuminazione: frontale e torcia. Controllo dello stato di carica tramite spia luminosa sulla lampada. Fornita con cavo USB-C.

ricercano qualità e affidabilità, mentre sul canale DIY la praticità di utilizzo e sull'e-commerce la convenienza economica". La modalità espositiva di **La Filometallica** tiene conto non del canale ma del prodotto. "Per la gamma di alta rotazione, con prezzo entry level", dichiara **Fabrizio Figus**, "abbiamo il prodotto sfuso, ma in display. Ferramenta, GDS, DIY ricevono direttamente un display già pronto da posizionare per la vendita. Per la gamma ricaricabile invece, sempre all'interno di un display, stiamo portando il prodotto in blister in cartoncino. Una soluzione adatta per ferramenta, GDS e DIY. In questo caso il display verrà eliminato e il prodotto in blister appendibile è pronto per la riven-

dita self". **Varta Italia** si attiene a una strategia "che prevede una mirata differenziazione della proposta ai diversi canali", afferma **Agostino Spallina**. "Il know how che caratterizza i titolari di negozi di ferramenta tradizionali ci consente di definire piani di vendita efficaci per i prodotti più innovativi, sostenuti da materiali accattivanti e offerte promozionali. Nei canali GDS e DIY ci concentriamo sulle referenze di punta, supportando nei momenti chiave di traffico gli store più strategici con espositori speciali, totem e isole tematiche d'impatto che fanno leva su campagne internazionali, adattate, in alcuni casi, al mercato italiano. È il caso dello scorso Natale, quando abbiamo lanciato la campagna "Empower Your Universe" nell'ambito di quella internazionale "Empower Your": un progetto nato in seguito a un contest sviluppato in collaborazione con NABA, Nuova Accademia di Belle Arti, che ha contemplato diverse attivazioni in store".



Matteo Monti, Trade Marketing Specialist DeWalt



Paolo Innecco, Direttore Marketing Operativo Beta Italia



Agostino Spallina, Managing Director Varta Italia



Fabrizio Figus Sales Manager La Filometallica



Federico Tadolti Responsabile Ufficio Vendite ABC Tools



Pietro Gentilini Product Manager Fervi



FERVI lancia il nuovo concept comunicativo “+SMART”



Il nuovo concept strategico e creativo segna l'evoluzione della comunicazione adv FERVI dopo quattro anni dal consolidato posizionamento “WORK HARD, WORK SMART”. Un cambiamento che non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico, ma un vero sviluppo culturale del racconto di marca, capace di interpretare in modo contemporaneo il settore dell'MRO (Maintenance, Repair and Operations). FERVI presenta “ +SMART ”, il nuovo concept strategico e creativo che segna l'evoluzione della propria comunicazione adv dopo quattro anni dal consolidato posizionamento “WORK HARD, WORK SMART”. Un cambiamento che non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico, ma un vero sviluppo culturale del racconto di marca, capace di interpretare in modo contemporaneo il settore dell'MRO (Maintenance, Repair and Operations). Il nuovo approccio introduce una visione più evoluta rispetto al mero prodotto, nella quale uomo, utensile e disponibilità immediata diventano elementi inseparabili e fondamentali della performance professionale. Nasce così “+SMART”, un claim di efficienza che supera il concetto tradizionale di “prodotto intelligente” per mettere al centro professionalità e competenza dell'uomo che lo sceglie e che lo utilizza con sapienza nel momento in cui gli serve.

Alla base della nuova campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group, c'è una riflessione semplice ma decisiva: un ottimo strumento non può esprimere il proprio valore senza la capacità della persona che lo utilizza, così come anche il miglior professionista si ferma se non dispone dello strumento corretto nel momento esatto del bisogno. È proprio in questa intersezione tra prodotto, persona e disponibilità che FERVI identifica oggi il vero significato della massima efficienza. In quest'ottica, il prodotto corretto, la competenza della persona e la disponibilità immediata, convergono in un unico sistema capace di generare valore concreto per il professionista. Anche la logistica assume un ruolo strategico diventando parte integrante della promessa di marca: non più semplice funzione operativa, ma leva fondamentale dell'esperienza FERVI.



Per quanto riguarda il linguaggio visivo della comunicazione, il nuovo mood ADV introduce un'estetica in cui il mondo reale del lavoro incontra il linguaggio della tecnologia : overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive, rendono le immagini in grado di trasmettere precisione, controllo e competenza. Anche il trattamento cromatico contribuisce a definire la nuova creatività FERVI attraverso tonalità più sature e una forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo della nuova identità visiva.

Il nuovo concept sarà sviluppato attraverso un ecosistema di comunicazione integrato che comprende: stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti dedicati alla rete distributiva. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento di FERVI come partner quotidiano per i professionisti della riparazione e della manutenzione, valorizzando non soltanto la qualità dell'offerta, ma anche la capacità dell'azienda di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro.

“Con +SMART abbiamo voluto raccontare un'evoluzione reale del nostro modo di interpretare il mercato e il rapporto con i professionisti. Oggi non basta più proporre un prodotto performante: il vero valore nasce dalla capacità di garantire competenza, continuità operativa e disponibilità immediata. L'ecosistema che ruota attorno all'equazione della Massima Efficienza espressa dall'utensile giusto in mano all'operatore competente nel momento del bisogno è proprio quello che intendiamo rappresentare attraverso la nuova comunicazione.” commenta Ermanno Lucci, direttore Sales & marketing di FERVI.



FERVI lancia +SMART il nuovo concept per il settore MRO



FERVI lancia +SMART, il nuovo concept che mette al centro persona, prodotto e disponibilità immediata per ridefinire il valore della massima efficienza nel settore MRO. FERVl lancia +SMART , il nuovo concept strategico e creativo che segna una svolta nel racconto di marca dell'azienda specializzata nel settore MRO (Maintenance, Repair and Operations). Dopo quattro anni di posizionamento sotto il claim "WORK HARD, WORK SMART", il brand introduce una visione comunicativa più evoluta, nella quale al centro non c'è più soltanto il prodotto, ma un ecosistema integrato fatto di persona, disponibilità e performance.

Dall'utensile all'ecosistema: la nuova filosofia di FERVl

Il passaggio a +SMART non è un semplice aggiornamento estetico. Si tratta di un vero sviluppo culturale del racconto di marca, capace di interpretare in modo contemporaneo le esigenze del mondo della manutenzione e della riparazione professionale. Il nuovo approccio supera il concetto tradizionale di "prodotto intelligente" per mettere al centro la professionalità e la competenza di chi quello strumento lo sceglie e lo utilizza.

La riflessione alla base della campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group , è tanto semplice quanto decisiva: un ottimo strumento non può esprimere il proprio valore senza la capacità della persona che lo utilizza. Allo stesso modo, anche il miglior professionista si ferma se non dispone dello strumento corretto nel momento esatto del bisogno.

È proprio in questa intersezione tra prodotto, persona e disponibilità immediata che FERVl identifica oggi il vero significato della massima efficienza. In quest'ottica, anche la logistica assume un ruolo strategico: non più semplice funzione operativa, ma leva fondamentale dell'esperienza di marca.

Un nuovo linguaggio visivo tra mondo reale e tecnologia



Il nuovo mood ADV introduce un'estetica in cui il mondo reale del lavoro incontra il linguaggio della tecnologia. Overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive rendono le immagini capaci di trasmettere precisione, controllo e competenza.

Anche il trattamento cromatico contribuisce a definire la nuova identità visiva di FERVİ: tonalità più saturate e una forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo del nuovo posizionamento creativo.

Una comunicazione integrata su tutti i canali

Il concept +SMART sarà sviluppato attraverso un ecosistema di comunicazione integrato che abbraccia stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti dedicati alla rete distributiva.

L'obiettivo dichiarato è rafforzare il posizionamento di FERVİ come partner quotidiano per i professionisti della riparazione e della manutenzione, valorizzando non solo la qualità dell'offerta, ma anche la capacità dell'azienda di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro.

La parola al Direttore Sales & Marketing

Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVİ, spiega la visione che ha guidato il progetto: "Con +SMART abbiamo voluto raccontare un'evoluzione reale del nostro modo di interpretare il mercato e il rapporto con i professionisti. Oggi non basta più proporre un prodotto performante: il vero valore nasce dalla capacità di garantire competenza, continuità operativa e disponibilità immediata. L'ecosistema che ruota attorno all'equazione della Massima Efficienza espressa dall'utensile giusto in mano all'operatore competente nel momento del bisogno è proprio quello che intendiamo rappresentare attraverso la nuova comunicazione."



Un sistema “+SMART” nell'ADV di FERVI. Pronti al lancio del nuovo concept comunicativo



Dopo quattro anni di “WORK HARD, WORK SMART”, il brand introduce una nuova visione della comunicazione: al centro non c'è più solo il prodotto, ma l'ecosistema composto da persona, disponibilità e performance.

FERVI presenta “+SMART”, il nuovo concept strategico e creativo che segna l'evoluzione della propria comunicazione ADV dopo quattro anni dal consolidato posizionamento “WORK HARD, WORK SMART”. Un cambiamento che non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico, ma un vero sviluppo culturale del racconto di marca, capace di interpretare in modo contemporaneo il settore dell'MRO (Maintenance, Repair and Operations). Il nuovo approccio introduce una visione più evoluta rispetto al mero prodotto, nella quale uomo, utensile e disponibilità immediata diventano elementi inseparabili e fondamentali della performance professionale. Nasce così “+SMART”, un claim di efficienza che supera il concetto tradizionale di “prodotto intelligente” per mettere al centro professionalità e competenza dell'uomo che lo sceglie e che lo utilizza con sapienza nel momento in cui gli serve.

Alla base della nuova campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group, c'è una riflessione semplice ma decisiva: un ottimo strumento non può esprimere il proprio valore senza la capacità della persona che lo utilizza, così come anche il miglior professionista si ferma se non dispone dello strumento corretto nel momento esatto del bisogno. È proprio in questa intersezione tra prodotto, persona e disponibilità che FERVI identifica oggi il vero significato della massima efficienza. In quest'ottica, il prodotto corretto, la competenza della persona e la disponibilità immediata, convergono in un unico sistema capace di generare valore concreto per il professionista. Anche la logistica assume un ruolo strategico diventando parte integrante della promessa di marca: non più semplice funzione operativa, ma leva fondamentale dell'esperienza FERVI.

Per quanto riguarda il linguaggio visivo della comunicazione, il nuovo mood ADV introduce un'estetica in cui il mondo reale del lavoro incontra il linguaggio della tecnologia: overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive, rendono le immagini in grado di



trasmettere precisione, controllo e competenza. Anche il trattamento cromatico contribuisce a definire la nuova creatività FERVI attraverso tonalità più sature e una forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo della nuova identità visiva.

Il nuovo concept sarà sviluppato attraverso un ecosistema di comunicazione integrato che comprende: stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti dedicati alla rete distributiva. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento di FERVI come partner quotidiano per i professionisti della riparazione e della manutenzione, valorizzando non soltanto la qualità dell'offerta, ma anche la capacità dell'azienda di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro.

“Con +SMART abbiamo voluto raccontare un'evoluzione reale del nostro modo di interpretare il mercato e il rapporto con i professionisti. Oggi non basta più proporre un prodotto performante: il vero valore nasce dalla capacità di garantire competenza, continuità operativa e disponibilità immediata. L'ecosistema che ruota attorno all'equazione della Massima Efficienza espressa dall'utensile giusto in mano all'operatore competente nel momento del bisogno è proprio quello che intendiamo rappresentare attraverso la nuova comunicazione.” commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI.



> 2 luglio 2026 alle ore 3:21

ADV B2B

FERVI PRESENTA “+SMART”, IL NUOVO CONCEPT SVILUPPATO CON BEYOND GROUP

FERVI presenta “+SMART”, il nuovo concept strategico e creativo che segna l'evoluzione della comunicazione ADV del brand dopo quattro anni dal posizionamento “WORK HARD, WORK SMART”. Non un semplice aggiornamento estetico, ma uno sviluppo del racconto di marca, pensato per interpretare in modo più contemporaneo il settore dell'MRO, Maintenance, Repair and Operations. La campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group, parte da un'idea chiave: la massima efficienza nasce dall'incontro tra lo strumento giusto, la competenza di chi lo utilizza e la disponibilità immediata del prodotto. “+SMART” supera così il concetto tradizionale di prodotto intelligente e mette al centro la professionalità dell'uomo, insieme alla capacità di **FERVI** di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro quotidiano. Nel nuovo racconto anche la logistica assume un ruolo strategico, diventando parte integrante della promessa di marca e dell'esperienza offerta ai professionisti. Sul piano visivo, il mood ADV combina il mondo reale del lavoro con il linguaggio della

tecnologia, attraverso overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive. Il trattamento cromatico punta su tonalità più sature e sulla forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo della nuova identità. Il concept sarà declinato in un ecosistema integrato che comprende stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti per la rete distributiva.





> 2 luglio 2026 alle ore 3:52

Comunicazione FERVI si evolve e presenta “+SMART”, nuovo concept strategico e creativo

Dopo quattro anni di
“WORK HARD, WORK
SMART”, il brand introduce
una nuova visione: al
centro non c'è più solo il
prodotto, ma l'ecosistema
composto da persona,
disponibilità
e performance

FERVI presenta “+SMART”, il nuovo concept strategico e creativo che segna l'evoluzione della propria comunicazione adv dopo quattro anni dal consolidato posizionamento “WORK HARD, WORK SMART”. Un cambiamento che non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico, ma un vero sviluppo culturale del racconto di marca, capace di interpretare in modo contemporaneo il settore dell'MRO (Maintenance, Repair and Operations). Il nuovo approccio introduce una visione più evoluta rispetto al mero prodotto, nella quale uomo, utensile e disponibilità immediata diventano elementi inseparabili e fondamentali della performance professionale. Nasce così “+SMART”, un claim di efficienza che supera il concetto tradizionale di “prodotto intelligente” per mettere al centro professionalità e competenza dell'uomo che lo sceglie e che lo utilizza con sapienza nel momento in cui gli serve. Alla base della nuova campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group, c'è una riflessione semplice ma decisiva: un ottimo strumento non può esprimere il proprio valore senza la capacità della persona che lo utilizza, così come anche il miglior professionista si ferma se non dispone dello strumento cor-

retto nel momento esatto del bisogno. È proprio in questa intersezione tra prodotto, persona e disponibilità che FERVI identifica oggi il vero significato della massima efficienza. In quest'ottica, il prodotto corretto, la competenza della persona e la disponibilità immediata, convergono in un unico sistema capace di generare valore concreto per il professionista. Anche la logistica assume un ruolo strategico diventando parte integrante della promessa di marca: non più semplice funzione operativa, ma leva fondamentale dell'esperienza FERVI.

Il concept

Per quanto riguarda il linguaggio visivo della comunicazione, il nuovo mood adv introduce un'estetica in cui il mondo reale del lavoro incontra il linguaggio della tecnologia: overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive, rendono le immagini in grado di trasmettere precisione, controllo e competenza. Anche il trattamento cromatico contribuisce a definire la nuova creatività FERVI attraverso tonalità più saturate e una forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo della nuova identità visiva. Il nuovo concept sarà sviluppato attra-

verso un ecosistema di comunicazione integrato che comprende: stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti dedicati alla rete distributiva. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento di FERVI come partner quotidiano per i professionisti della riparazione e della manutenzione, valorizzando non soltanto la qualità dell'offerta, ma anche la capacità dell'azienda di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro. “Con +SMART abbiamo voluto raccontare un'evoluzione reale del nostro modo di interpretare il mercato e il rapporto con i professionisti. Oggi non basta più proporre un prodotto performante: il vero valore nasce dalla capacità di garantire competenza, continuità operativa e disponibilità immediata. L'ecosistema che ruota attorno all'equazione della Massima Efficienza espressa dall'utensile giusto in mano all'operatore competente nel momento del bisogno è proprio quello che intendiamo rappresentare attraverso la nuova comunicazione”, commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI.



> 2 luglio 2026 alle ore 3:52



Ermanno Lucci



FERVI evolve la propria comunicazione e lancia il nuovo concept ADV “+SMART”

Il nuovo concept di comunicazione che amplia il focus dal prodotto all'intero ecosistema della performance professionale. La nuova strategia valorizza il ruolo della competenza dell'operatore, della disponibilità immediata degli utensili e dell'efficienza logistica. Con un linguaggio visivo rinnovato e una campagna integrata su tutti i principali canali, l'azienda rafforza il proprio posizionamento come partner di riferimento per i professionisti della manutenzione e della riparazione. Dopo quattro anni di “WORK HARD , WORK SMART”, il brand introduce una nuova visione della comunicazione: al centro non c'è più solo il prodotto, ma l'ecosistema composto da persona, disponibilità e performance.

Vignola (MO), 01 luglio 2026 – FERVI presenta “+SMART”, il nuovo concept strategico e creativo che segna l'evoluzione della propria comunicazione ADV dopo quattro anni dal consolidato posizionamento “WORK HARD , WORK SMART”. Un cambiamento che non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico, ma un vero sviluppo culturale del racconto di marca , capace di interpretare in modo contemporaneo il settore dell'MRO (Maintenance, Repair and Operations). Il nuovo approccio introduce una visione più evoluta rispetto al mero prodotto, nella quale uomo, utensile e disponibilità immediata diventano elementi inseparabili e fondamentali della performance professionale. Nasce così “+SMART”, un claim di efficienza che supera il concetto tradizionale di “prodotto intelligente” per mettere al centro professionalità e competenza dell'uomo che lo sceglie e che lo utilizza con sapienza nel momento in cui gli serve.

Alla base della nuova campagna, realizzata con il supporto dei creativi di Beyond Group, c'è una riflessione semplice ma decisiva: un ottimo strumento non può esprimere il proprio valore senza la capacità della persona che lo utilizza, così come anche il miglior professionista si ferma se non dispone dello strumento corretto nel momento esatto del bisogno. È proprio in questa intersezione tra prodotto, persona e disponibilità che FERVI identifica oggi il vero significato della massima efficienza. In quest'ottica, il prodotto corretto, la competenza della persona e la disponibilità immediata, convergono in un unico sistema capace di generare valore concreto per il professionista. Anche la logistica assume un ruolo strategico diventando parte integrante della promessa di marca: non più semplice funzione operativa, ma leva fondamentale dell'esperienza FERVI.

Per quanto riguarda il linguaggio visivo della comunicazione, il nuovo mood ADV introduce un'estetica in cui il mondo reale del lavoro incontra il linguaggio della tecnologia: overlay grafici, linee ispirate al disegno industriale, tracciati e interfacce visive, rendono le immagini in grado di trasmettere precisione, controllo e competenza. Anche il trattamento cromatico contribuisce a definire la nuova creatività FERVI attraverso tonalità più sature e una forte presenza del ciano, scelto come elemento distintivo della nuova identità visiva.

Il nuovo concept sarà sviluppato attraverso un ecosistema di comunicazione integrato che comprende: stampa B2B e trade, piattaforme digitali e social, materiali per il punto vendita, cataloghi e supporti dedicati alla rete distributiva . L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento di FERVI come partner quotidiano per i professionisti della riparazione e della manutenzione,



valorizzando non soltanto la qualità dell'offerta, ma anche la capacità dell'azienda di garantire rapidità, continuità e supporto concreto al lavoro.

“Con +SMART abbiamo voluto raccontare un'evoluzione reale del nostro modo di interpretare il mercato e il rapporto con i professionisti. Oggi non basta più proporre un prodotto performante: il vero valore nasce dalla capacità di garantire competenza, continuità operativa e disponibilità immediata. L'ecosistema che ruota attorno all'equazione della Massima Efficienza espressa dall'utensile giusto in mano all'operatore competente nel momento del bisogno è proprio quello che intendiamo rappresentare attraverso la nuova comunicazione.” commenta Ermanno Lucci, Direttore Sales & Marketing di FERVI.



Fervi presenta il nuovo carrello porta utensili C088



Fervi amplia la propria proposta dedicata alla manutenzione in mobilità con il nuovo Carrello porta utensili C088, una soluzione progettata per garantire praticità, versatilità e resistenza in ogni contesto professionale.

Pensato per accompagnare il lavoro quotidiano di tecnici e professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations), il nuovo carrello si distingue per una struttura modulare, completamente separabile in tre elementi indipendenti: una cassetta porta utensili superiore, un modulo centrale con doppio cassetto e un pratico vano inferiore con cassetto basculante. Una configurazione studiata per offrire massima libertà di utilizzo e trasporto, grazie anche alle due ruote



e al manico estensibile che consentono di muovere il carrello come un trolley, adattandosi facilmente alle diverse esigenze operative.

Il Carrello C088 rappresenta un importante upgrade anche dal punto di vista estetico e strutturale rispetto al modello precedente dell'azienda. Il nuovo design, più moderno ed ergonomico, è supportato da una struttura ancora più robusta grazie all'introduzione di pareti e cerniere interamente in metallo, una scelta che garantisce maggiore solidità, affidabilità e durata nel tempo. Con un ingombro molto compatto (ideale per il trasporto) misura 72 cm in altezza, 52 di larghezza e 32 cm di profondità. Nella sua configurazione completa pesa a vuoto 16 kg e può trasportare in sicurezza e comodità fino a 40 kg di attrezzatura. Particolare attenzione è stata poi dedicata anche alla presentazione del prodotto, caratterizzato da un look elegante total black e da un imballaggio personalizzato che valorizza ulteriormente l'identità del marchio.

© riproduzione riservata



Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERVI

Il Giornale del Meccanico è la voce delle autofficine, lo strumento d'elezione per l'aggiornamento professionale degli autoriparatori



FERVI amplia la propria gamma dedicata all'utensileria manuale con due nuove valigette complete di utensili, di dimensioni e capacità diverse, progettate per offrire praticità, ordine e affidabilità sia in ambito professionale sia nelle attività quotidiane di manutenzione e fai-da-te domestico. Le due valigette prevedono al loro interno un ricco assortimento di utensili e sono entrambe realizzate in ABS resistente agli urti per assicurare robustezza anche in condizioni di utilizzo frequente. Inoltre, la pratica maniglia e il sistema di chiusura di cui sono dotate consentono di spostare le valigette e il loro contenuto in tutta comodità.

La nuova valigia con utensili e accessori (art. 0171) è una soluzione completa e versatile pensata per chi necessita di un set ampio e organizzato di utensili sempre disponibili. Con un peso di 8,00 kg, questa valigetta è completa di 95 utensili compresi nel set, un assortimento pensato per andare incontro alle necessità degli operatori della manutenzione, e che comprende: chiavi esagonali, giraviti, pinze, forbici, tronchese, bussole e porta bussole, chiavi a bussola, martello, chiavi a cricchetto, inserti, adattatore, chiavi combinate, leva a T scorrevole, snodi, prolunghe e adattatore maschio.

Accanto alla versione completa, FERVI introduce anche la nuova mini-valigia con utensili (art. 0172), progettata per un utilizzo pratico e immediato in ambito DIY e Home-Use. Grazie alle sue dimensioni super-compatte e alla sua leggerezza (1,00 kg utensili compresi), rappresenta la soluzione ideale da tenere sempre a disposizione in casa, in auto o per piccoli interventi quotidiani. La valigetta include 39 utensili così composti: chiavi esagonali, pinza, inserti, porta inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

Le due nuove valigette completano la gamma di set-utensili selezionati e organizzati per ogni esigenza di manutenzione. Qualità, assortimento, comodità d'uso, gradevolezza estetica e robustezza sono le caratteristiche che FERVI propone al settore MRO con un ottimo rapporto qualità-prezzo, molto apprezzato da professionisti e hobbisti.



FERVI, due nuove valigette con utensili ampliano la gamma dedicata all'utensileria manuale



Due nuove soluzioni compatte e complete per professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations) e hobbisti del fai-da-te: le nuove valigette FERVİ uniscono funzionalità, robustezza e praticità in ogni situazione di utilizzo. FERVİ amplia la propria gamma dedicata all'utensileria manuale con due nuove valigette complete di utensili, di dimensioni e capacità diverse, progettate per offrire praticità, ordine e affidabilità sia in ambito professionale sia nelle attività quotidiane di manutenzione e fai-da-te domestico. Le due valigette prevedono al loro interno un ricco assortimento di utensili e sono entrambe realizzate in ABS resistente agli urti per assicurare robustezza anche in condizioni di utilizzo frequente. Inoltre, la pratica maniglia e il sistema di chiusura di cui sono dotate consentono di spostare le valigette e il loro contenuto in tutta comodità.

La nuova valigia con utensili e accessori (art. 0171) è una soluzione completa e versatile pensata per chi necessita di un set ampio e organizzato di utensili sempre disponibili. Con un peso di 8,00 kg, questa valigetta è completa di 95 utensili compresi nel set, un assortimento pensato per andare incontro alle necessità degli operatori della manutenzione, e che comprende: chiavi esagonali, giraviti, pinze, forbici, tronchese, bussole e porta bussole, chiavi a bussola, martello, chiavi a cricchetto, inserti, adattatore, chiavi combinate, leva a T scorrevole, snodi, prolunghe e adattatore maschio.

Accanto alla versione completa, FERVİ introduce anche la nuova mini-valigia con utensili (art. 0172), progettata per un utilizzo pratico e immediato in ambito DIY e Home-Use. Grazie alle sue dimensioni super-compatte e alla sua leggerezza (1,00 kg utensili compresi), rappresenta la soluzione ideale da



tenere sempre a disposizione in casa, in auto o per piccoli interventi quotidiani. La valigetta include 39 utensili così composti: chiavi esagonali, pinza, inserti, porta inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

Le due nuove valigette completano la gamma di set-utensili selezionati e organizzati per ogni esigenza di manutenzione. Qualità, assortimento, comodità d'uso, gradevolezza estetica e robustezza sono le caratteristiche che FERVİ propone al settore MRO con un ottimo rapporto qualità-prezzo, molto apprezzato da professionisti e hobbisti.



FERVI: due nuove funzionali valigette con utensili



FERVI amplia la propria gamma dedicata all' utensileria manuale con due nuove valigette complete di utensili, di dimensioni e capacità diverse, progettate per offrire praticità, ordine e affidabilità sia in ambito professionale sia nelle attività quotidiane di manutenzione e fai-da-te domestico. Le due valigette prevedono al loro interno un ricco assortimento di utensili e sono entrambe realizzate in ABS resistente agli urti per assicurare robustezza anche in condizioni di utilizzo frequente. Inoltre, la pratica maniglia e il sistema di chiusura di cui sono dotate consentono di spostare le valigette e il loro contenuto in tutta comodità.

Valigetta art. 0171 La nuova valigia con utensili e accessori (art. 0171) è una soluzione completa e versatile pensata per chi necessita di un set ampio e organizzato di utensili sempre disponibili. Con un peso di 8,00 kg, questa valigetta è completa di

95 utensili compresi nel set, un assortimento pensato per andare incontro alle necessità degli operatori della manutenzione, e che comprende:

chiavi esagonali giraviti pinze forbici tronchese bussole e porta bussole chiavi a bussola martello chiavi a cricchetto inserti adattatore chiavi combinate leva a T scorrevole snodi prolunghe adattatore maschio.

Mini-valigia art. 0172 Accanto alla versione completa, FERVI introduce anche la nuova mini-valigia con utensili (art. 0172), progettata per un utilizzo pratico e immediato in ambito DIY (Fai-da-te) e Home-Use. Grazie alle sue dimensioni super-compatte e alla sua leggerezza (1,00 kg utensili compresi), rappresenta la soluzione ideale da tenere sempre a disposizione in casa, in auto o per piccoli interventi quotidiani. La valigetta include

39 utensili così composti:

chiavi esagonali pinza inserti porta inserti prolunga giraviti cutter martello flessometro forbici.

Le due nuove valigette completano la gamma di set-utensili selezionati e organizzati per ogni esigenza di manutenzione

PUBBLICAZIONE: carrozzeria.it

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: €3.04

REACH: 437

CATEGORIA DEL SITO WEB: Vehicles/Vehicles

VISITE MENSILI: 13286.86

AUTORE:

URL: www.carrozzeria.it



[> Versione Online](#)

> 20 luglio 2026 alle ore 10:47

. Qualità, assortimento, comodità d'uso, gradevolezza estetica e robustezza sono le caratteristiche che FERVI propone al settore MRO con un ottimo rapporto qualità-prezzo, molto apprezzato da professionisti e hobbisti.



Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERVI



FERVI amplia la propria gamma dedicata all'utensileria manuale con due nuove valigette complete di utensili, di dimensioni e capacità diverse, progettate per offrire praticità, ordine e affidabilità sia in ambito professionale sia nelle attività quotidiane di manutenzione e fai-da-te domestico. Le due valigette prevedono al loro interno un ricco assortimento di utensili e sono entrambe realizzate in ABS resistente agli urti per assicurare robustezza anche in condizioni di utilizzo frequente. Inoltre, la pratica maniglia e il sistema di chiusura di cui sono dotate consentono di spostare le valigette e il loro contenuto in tutta comodità.

La nuova valigia con utensili e accessori (art. 0171) è una soluzione completa e versatile pensata per chi necessita di un set ampio e organizzato di utensili sempre disponibili. Con un peso di 8,00 kg, questa valigetta è completa di 95 utensili compresi nel set, un assortimento pensato per andare incontro alle necessità degli operatori della manutenzione, e che comprende: chiavi esagonali, giraviti, pinze, forbici, tronchese, bussole e porta bussole, chiavi a bussola, martello, chiavi a cricchetto, inserti, adattatore, chiavi combinate, leva a T scorrevole, snodi, prolunghe e adattatore maschio.

Accanto alla versione completa, FERVI introduce anche la nuova mini-valigia con utensili (art. 0172), progettata per un utilizzo pratico e immediato in ambito DIY e Home-Use. Grazie alle sue dimensioni super-compatte e alla sua leggerezza (1,00 kg utensili compresi), rappresenta la soluzione ideale da tenere sempre a disposizione in casa, in auto o per piccoli interventi quotidiani. La valigetta include 39 utensili così composti: chiavi esagonali, pinza, inserti, porta inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

Le due nuove valigette completano la gamma di set-utensili selezionati e organizzati per ogni esigenza di manutenzione. Qualità, assortimento, comodità d'uso, gradevolezza estetica e robustezza sono le caratteristiche che FERVI propone al settore MRO con un ottimo rapporto qualità-prezzo, molto apprezzato da professionisti e hobbisti.



Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERVI dedicata a professionisti della manutenzionee appassionati di bricolage



Due nuove soluzioni compatte e complete per professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations) e hobbisti del fai-da-te: le nuove valigette FERVI uniscono funzionalità, robustezza e praticità in ogni situazione di utilizzo

Vignola (MO), 20 luglio 2026 – FERVI amplia la propria gamma dedicata all'utensileria manuale con due nuove valigette complete di utensili, di dimensioni e capacità diverse, progettate per offrire praticità, ordine e affidabilità sia in ambito professionale sia nelle attività quotidiane di manutenzione e fai-da-te domestico. Le due valigette prevedono al loro interno un ricco assortimento di utensili e sono entrambe realizzate in ABS resistente agli urti per assicurare robustezza anche in condizioni di utilizzo frequente. Inoltre, la pratica maniglia e il sistema di chiusura di cui sono dotate consentono di spostare le valigette e il loro contenuto in tutta comodità.

La nuova valigia con utensili e accessori (art. 0171) è una soluzione completa e versatile pensata per chi necessita di un set ampio e organizzato di utensili sempre disponibili. Con un peso di 8,00 kg, questa valigetta è completa di 95 utensili compresi nel set, un assortimento pensato per andare incontro alle necessità degli operatori della manutenzione, e che comprende: chiavi esagonali, giraviti, pinze, forbici, tronchese, bussole e porta bussole, chiavi a bussola, martello, chiavi a cricchetto, inserti, adattatore, chiavi combinate, leva a T scorrevole, snodi, prolunghe e adattatore maschio.

FERVI_Valigetta 0171

Accanto alla versione completa, FERVI introduce anche la nuova mini-valigia con utensili (art. 0172), progettata per un utilizzo pratico e immediato in ambito DIY e Home-Use. Grazie alle sue dimensioni



super-compatte e alla sua leggerezza (1,00 kg utensili compresi), rappresenta la soluzione ideale da tenere sempre a disposizione in casa, in auto o per piccoli interventi quotidiani. La valigetta include 39 utensili così composti: chiavi esagonali, pinza, inserti, porta inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

FERVI_Valigetta 0172

Le due nuove valigette completano la gamma di set-utensili selezionati e organizzati per ogni esigenza di manutenzione. Qualità, assortimento, comodità d'uso, gradevolezza estetica e robustezza sono le caratteristiche che FERVI propone al settore MRO con un ottimo rapporto qualità-prezzo, molto apprezzato da professionisti e hobbisti.

Per maggiori informazioni www.fervi.com



Due nuove valigette utensili Fervi



ampliano la gamma dedicata a professionisti e appassionati

Due nuove soluzioni compatte e complete per professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations) e hobbisti del fai-da-te: le nuove valigette Fervi uniscono funzionalità, robustezza e praticità in ogni situazione di utilizzo.

Fervi arricchisce il proprio catalogo di utensileria manuale introducendo due nuove valigette porta-utensili. Questi contenitori, disponibili in formati differenti, sono studiati per garantire organizzazione e resistenza, rispondendo alle esigenze sia dei professionisti che degli appassionati del fai-da-te. Costruite in ABS antiurto, le valigette assicurano una lunga durata nel tempo; la presenza di una maniglia ergonomica e di sistemi di chiusura sicuri ne facilita il trasporto e la gestione in qualsiasi contesto.

Il modello di punta (art. 0171 – foto apertura articolo) si configura come un kit esaustivo per chi opera nella manutenzione. Pesa 8,00 kg e racchiude ben 95 pezzi, offrendo una dotazione che spazia dalle chiavi esagonali ai giraviti, dalle pinze alle forbici, fino al tronchese. Il set include inoltre un'ampia selezione di bussole, cricchetti, martelli, inserti, chiavi combinate, leve a T, snodi e vari adattatori e prolunghe, garantendo tutto il necessario per interventi complessi.

In alternativa, per il mercato DIY e domestico, debutta la mini-valigetta (art. 0172). Estremamente compatta e leggera (solo 1,00 kg), è l'alleato perfetto da custodire in casa o in auto per le piccole riparazioni. Il contenuto comprende 39 articoli essenziali: chiavi esagonali, pinze, inserti e porta-inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

Con queste novità, Fervi consolida la propria offerta di set organizzati, unendo design, funzionalità e solidità. Prodotti pensati per il settore MRO che si distinguono per l'eccellente rapporto qualità-prezzo, confermandosi una scelta intelligente sia per gli esperti del settore che per gli hobbisti.

Per maggiori informazioni www.fervi.com

Puntata #206

© 22 Luglio 2026



FERVI, DUE NUOVE VALIGETTE PER MANUTENZIONE E FAI-DA-TE



04:49

30:39





Fervi: due nuove valigette attrezzi

Per la prima manutenzione in camper



Il camper e le vacanze in libertà necessitano continuamente di piccoli interventi di manutenzione e riparazione, sia per la struttura del veicolo o della cellula che per gli oggetti che sono nel gavone come biciclette, attrezzature da campeggio e tanto altro. Molti camperisti sono ottimi bricoleur e provvedono personalmente con esperienza su tanti piccoli interventi. Per avere sottomano una dotazione completa di attrezzi, o almeno una dotazione base, le valigette già pronte sono perfette per risparmiare peso, ingombro e soprattutto avere tutti gli attrezzi pronti, organizzati e ordinati nello stesso contenitore, facile da posizionare ad esempio nei gavoncini laterali, per gli interventi di prima necessità.

Fervi arricchisce il proprio catalogo di utensileria manuale introducendo due nuove valigette porta-utensili. Questi contenitori, disponibili in formati differenti, sono studiati per garantire organizzazione e resistenza, rispondendo alle esigenze sia dei professionisti che degli appassionati del fai-da-te. Costruite in ABS antiurto, le valigette assicurano una lunga durata nel tempo; la presenza di una maniglia ergonomica e di sistemi di chiusura sicuri ne facilita il trasporto e la gestione in qualsiasi contesto.

Il modello di punta (art. 0171, foto di apertura) si configura come un kit esaustivo per chi opera nella manutenzione. Pesa 8,00 kg e racchiude ben 95 pezzi, offrendo una dotazione che spazia dalle chiavi esagonali ai giraviti, dalle pinze alle forbici, fino al tronchese. Il set include inoltre un'ampia selezione di bussole, cricchetti, martelli, inserti, chiavi combinate, leve a T, snodi e vari adattatori e prolunghe, garantendo tutto il necessario per interventi complessi.

In alternativa, per il mercato DIY (fai da te, acronimo dall'inglese do it yourself) e domestico, debutta la mini-valigetta (art. 0172). Estremamente compatta e leggera (solo 1,00 kg), è l'alleato perfetto da



custodire in casa o in auto per le piccole riparazioni. Il contenuto comprende 39 articoli essenziali: chiavi esagonali, pinze, inserti e porta-inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

Con queste novità, Fervi consolida la propria offerta di set organizzati, unendo design, funzionalità e solidità. Prodotti pensati per il settore MRO che si distinguono per l'eccellente rapporto qualità-prezzo, confermandosi una scelta intelligente sia per gli esperti del settore che per gli hobbisti.

Per maggiori informazioni www.fervi.com





Due nuove valigette con utensili ampliano la gamma FERVI dedicata a professionisti della manutenzione e appassionati di bricolage

Due nuove soluzioni compatte e complete per professionisti del settore MRO (Maintenance, Repair and Operations) e hobbisti del fai-da-te: le nuove valigette FERVI uniscono funzionalità, robustezza e praticità in ogni situazione di utilizzo FERVI amplia la propria gamma dedicata all'utensileria manuale con due nuove valigette complete di utensili, di dimensioni e capacità diverse, progettate per offrire praticità, ordine e affidabilità sia in ambito professionale sia nelle attività quotidiane di manutenzione e fai-da-te domestico. Le due valigette prevedono al loro interno un ricco assortimento di utensili e sono entrambe realizzate in ABS resistente agli urti per assicurare robustezza anche in condizioni di utilizzo frequente. Inoltre, la pratica maniglia e il sistema di chiusura di cui sono dotate consentono di spostare le valigette e il loro contenuto in tutta comodità.

La nuova valigia con utensili e accessori (art. 0171) è una soluzione completa e versatile pensata per chi necessita di un set ampio e organizzato di utensili sempre disponibili. Con un peso di 8,00 kg, questa valigetta è completa di 95 utensili compresi nel set, un assortimento pensato per andare incontro alle necessità degli operatori della manutenzione, e che comprende: chiavi esagonali, giraviti, pinze, forbici, tronchese, bussole e porta bussole, chiavi a bussola, martello, chiavi a cricchetto, inserti, adattatore, chiavi combinate, leva a T scorrevole, snodi, prolunghe e adattatore maschio.

Accanto alla versione completa, FERVI introduce anche la nuova mini-valigia con utensili (art. 0172), progettata per un utilizzo pratico e immediato in ambito DIY e Home-Use. Grazie alle sue dimensioni super-compatte e alla sua leggerezza (1,00 kg utensili compresi), rappresenta la soluzione ideale da tenere sempre a disposizione in casa, in auto o per piccoli interventi quotidiani. La valigetta include 39 utensili così composti: chiavi esagonali, pinza, inserti, porta inserti, prolunga, giraviti, cutter, martello, flessometro e forbici.

Le due nuove valigette completano la gamma di set-utensili selezionati e organizzati per ogni esigenza di manutenzione. Qualità, assortimento, comodità d'uso, gradevolezza estetica e robustezza sono le caratteristiche che FERVI propone al settore MRO con un ottimo rapporto qualità-prezzo, molto apprezzato da professionisti e hobbisti.





FERVI rinnova il catalogo FERVİ ARREDA 4.0

Il Giornale del Meccanico è la voce delle autofficine, lo strumento d'elezione per l'aggiornamento professionale degli autoriparatori



FERVİ rinnova uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di FERVİ ARREDA 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita.

Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. FERVİ ARREDA 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta FERVİ all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Tra le soluzioni proposte figurano espositori completi per l'utensileria manuale, pannelli modulari per creare composizioni personalizzate, pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa, espositori da banco ideali per i best runner FERVİ, copri pallet per realizzare piccole isole espositive 80x120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor.

Il catalogo dedicato è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio FERVİ. Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggiore ingombro. Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del FERVİ ARREDA propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata FERVİ, sviluppata in collaborazione con il marchio specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate Erreà (nei



pressi di Parma). La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta.

Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.





FERVI ARREDA 4.0, il nuovo catalogo per i punti vendita



FERVI ARREDA 4.0: nuovo catalogo con espositori modulari, pallbox e gazebo per i punti vendita, più collezione outdoor firmata Erreà. FERVİ presenta la nuova edizione del catalogo per l'allestimento dei punti vendita

FERVİ rinnova uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di FERVİ ARREDA 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita. Il documento raccoglie tutte le soluzioni espositive disponibili per i rivenditori, con configurazioni modulari e condizioni commerciali dedicate.

Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. FERVİ ARREDA 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta FERVİ all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Le soluzioni espositive disponibili nel catalogo

Tra le proposte contenute nel nuovo catalogo figurano espositori completi per l'utensileria manuale e pannelli modulari per creare composizioni personalizzate. Sono presenti anche pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa ed espositori da banco ideali per i prodotti FERVİ più venduti.

Il volume propone inoltre copri pallet per realizzare piccole isole espositive da 80×120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor. Un ventaglio di soluzioni pensato per coprire ogni esigenza di allestimento all'interno del punto vendita.

Uno strumento pratico per aumentare la visibilità del brand



Il catalogo è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio FERVI. Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggiore ingombro.

Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

La nuova collezione di abbigliamento outdoor con Erreà

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del FERVI ARREDA propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata FERVI, sviluppata in collaborazione con Erreà, marchio con sede nei pressi di Parma specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate.

La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta. Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.

Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito www.fervi.com



Fervi Arreda 4.0: nuove soluzioni performanti per progettare e vestire i punti vendita



Un catalogo completamente rinnovato che mette a disposizione dei rivenditori tutte le soluzioni espositive FERVI, con configurazioni modulari, condizioni commerciali dedicate, integrato da una nuova sezione dedicata all'abbigliamento outdoor marchiato FERVI sviluppato con Erreà FERVI rinnova uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di FERVI ARREDA 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita.

Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. FERVI ARREDA 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta FERVI all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Tra le soluzioni proposte figurano espositori completi per l'utensileria manuale, pannelli modulari per creare composizioni personalizzate, pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa, espositori da banco ideali per i best runner FERVI, copri pallet per realizzare piccole isole espositive 80x120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor.

Il catalogo dedicato è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio FERVI. Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggiore ingombro. Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del FERVI ARREDA propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata FERVI, sviluppata in collaborazione

PUBBLICAZIONE: confindustriaemilia.it

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: €7.24

REACH: 908

CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Business

VISITE MENSILI: 27626.67

AUTORE:

URL: www.confindustriaemilia.it



[> Versione Online](#)

> 27 luglio 2026 alle ore 10:44

con il marchio specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate Erreà (nei pressi di Parma). La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta.

Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.



FERVI ARREDA 4.0: il catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita si rinnova



FERVI rinnova uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di FERV I ARREDA 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita. Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. FERV I ARREDA 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta FERV I all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Tra le soluzioni proposte figurano espositori completi per l'utensileria manuale, pannelli modulari per creare composizioni personalizzate, pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa, espositori da banco ideali per i best runner FERV I, copri pallet per realizzare piccole isole espositive 80x120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor.

Il catalogo dedicato è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio FERV I. Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggiore ingombro. Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del FERV I ARREDA propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata FERV I, sviluppata in collaborazione con il marchio specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate Erreà (nei pressi di Parma). La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta.



> 27 luglio 2026 alle ore 16:11

Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.





Soluzioni modulari e abbigliamento outdoor nel nuovo catalogo FERVİ ARREDA 4.0



FERVİ introduce un catalogo rinnovato con espositori modulari e una linea outdoor in collaborazione con Erreà, offrendo nuove opportunità ai rivenditori. L'evoluzione delle strategie di visual merchandising nei negozi specializzati spinge le aziende a proporre strumenti sempre più flessibili e integrati per la progettazione degli spazi espositivi. In questa direzione si inserisce il lancio di FERVİ ARREDA 4.0 , presentato il 27 luglio 2026, che rappresenta la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita da parte di FERVİ.

Il catalogo, completamente rinnovato, va oltre la funzione di semplice supporto espositivo e si propone come uno strumento commerciale pensato per i rivenditori del settore ferramenta e utensileria. FERVİ ARREDA 4.0 raccoglie in un unico volume tutte le soluzioni modulari per esposizioni personalizzabili , con l'obiettivo di facilitare la progettazione di spazi ordinati e funzionali, migliorando la visibilità dei prodotti all'interno dei negozi.

Tra le proposte figurano espositori completi per utensileria manuale pannelli modulari per composizioni su misura, pallbox da posizionare in prossimità delle casse o dei banchi, espositori da banco per i prodotti a maggiore rotazione, copri pallet per isole espositive compatte da 80x120 cm, oltre a vele identificative per aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor

L'approccio adottato mira a fornire ai rivenditori uno strumento pratico che consenta di costruire percorsi d'acquisto coerenti e ordinati, valorizzando sia le linee di utensileria sia i prodotti di maggiore ingombro. Il catalogo include anche offerte speciali riservate ai rivenditori , con condizioni commerciali dedicate in base alla tipologia di allestimento scelta.

L'edizione 4.0 introduce inoltre una novità: una collezione di abbigliamento outdoor personalizzata FERVİ , sviluppata in collaborazione con Erreà , marchio attivo nell'abbigliamento tecnico-sportivo e nelle divise personalizzate nell'area di Parma. La linea comprende felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aperto, ampliando così l'offerta del marchio anche al segmento lifestyle.

PUBBLICAZIONE: rassegnabusiness.news

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: €2.10

REACH: 268

CATEGORIA DEL SITO WEB: Business and Consumer Services/Marketi

VISITE MENSILI: 8161.69

AUTORE:

URL: www.rassegnabusiness.news



[> Versione Online](#)

> 28 luglio 2026 alle ore 7:16

L'iniziativa conferma la strategia di FERVI volta a rafforzare la propria identità attraverso strumenti che supportano i rivenditori nella valorizzazione del brand all'interno dei punti vendita e offrono nuove opportunità commerciali.



FERVI ARREDA 4.0: nuove soluzioni performanti per progettare e vestire i punti vendita, ma non solo...

Un catalogo completamente rinnovato che mette a disposizione dei rivenditori tutte le soluzioni espositive FERVI, con configurazioni modulari, condizioni commerciali dedicate, integrato da una nuova sezione dedicata all'abbigliamento outdoor marchiato FERVI sviluppato con Erreà. FERVI rinnova uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di FERVI ARREDA 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita. Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. FERVI ARREDA 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta FERVI all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Tra le soluzioni proposte figurano espositori completi per l'utensileria manuale, pannelli modulari per creare composizioni personalizzate, pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa, espositori da banco ideali per i best runner FERVI, copri pallet per realizzare piccole isole espositive 80x120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor.

Il catalogo dedicato è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio FERVI. Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggiore ingombro. Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del FERVI ARREDA propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata FERVI, sviluppata in collaborazione con il marchio specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate Erreà (nei pressi di Parma). La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta. Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.

Per maggiori informazioni www.fervi.com





Autocom: la forza della competenza



Nuovo hub logistico a Catania, sviluppo dei progetti officina, potenziamento del supporto tecnico e della forza vendita. Queste le priorità di Autocom per affrontare un aftermarket sempre più complesso, presentate alla convention annuale in Sicilia

Ben 410 partecipanti, 80 ragioni sociali di ricambisti e tutti i fornitori partner, per una tre giorni di incontri e confronto culminati con due serate di spettacolo – tra cui lo show dei comici Pio e Amedeo – e una cena di gala finale che ha saputo coinvolgere ed emozionare tutti i partecipanti. La convention di Autocom, ospitata presso il Mangia's di Brucoli (Siracusa) a luglio, è stata l'occasione per fare il punto su un mercato in trasformazione, ma soprattutto per raccontare l'evoluzione di una realtà che continua a investire in strutture, persone e servizi.

NUOVO MAGAZZINO A CATANIA

Esempio concreto di questa visione imprenditoriale è il nuovo polo logistico di Catania, aperto lo scorso 23 marzo: 6mila metri quadrati complessivi, dei quali circa 4.500 coperti da scaffalature sviluppate su due livelli, già predisposte per un terzo piano. Una struttura moderna, di oltre 12 metri di altezza, pensata per sostenere la crescita futura e soprattutto per centralizzare l'attività distributiva dell'area orientale dell'isola. Entro fine agosto, infatti, Autocom completerà il trasferimento definitivo dal precedente deposito catanese. “Assorbiremo il vecchio magazzino nel nuovo. Gli spazi ci sono, siamo già a 9 metri di capacità di stoccaggio, con la predisposizione per il terzo livello”, spiega Manlio La Rosa.

L'investimento rafforza dunque la presenza del distributore su tutta la regione. Sull'altro versante dell'isola, Autocom dispone degli oltre 2.500 metri quadrati del magazzino di Carini sviluppati su tre livelli, mentre la sede Palermo continua a svolgere una funzione di presidio cittadino e di servizio rapido.



COLLABORAZIONE POTENZIATA

Una parte del nuovo hub di Catania sarà interamente dedicata a Marelli, marchio sul quale l'azienda ha deciso di

investire con decisione, modificando – vista la complessità dell'offerta – anche l'approccio commerciale. La Sicilia è stata infatti divisa in due aree operative. La parte occidentale, comprendente Palermo, Trapani e Agrigento, e quella orientale, che saranno seguite da due figure diverse: “Una persona esperta, già conosciuta dal mercato e dai clienti, Giampiero Badessa per la zona orientale e per l'occidentale un giovane, Pietro Maltese, che formeremo direttamente noi, affiancandolo ai responsabili fino al raggiungimento della piena autonomia”, spiega il titolare.

PROGETTO OFFICINE

La crescita di Autocom passa anche dai progetti dedicati alle officine. Oggi la rete conta circa 90 officine Marelli distribuite sul territorio siciliano e circa 40 officine sviluppate direttamente da Autocom attraverso il progetto AutoGo, destinate a migrare progressivamente verso il nuovo network Expert Point del Consorzio PDA.

“Partiremo con uno zoccolo duro importante”, spiega La Rosa, “Si tratta di un progetto corposo e già durante la presentazione c'è stato molto interesse”.

Il progetto officina del Consorzio PDA, di cui Autocom fa parte, è stato presentato il secondo giorno della convention da Aurora Fabi. Expert Point è il nuovo programma officine del pensato per facilitare l'operatività di ricambisti e riparatori auto e truck e garantire un servizio sempre più qualificato, con

standard operativi evoluti. L'obiettivo è di snellire il lavoro quotidiano di ricambisti e officine del network, mettendo a disposizione un sistema integrato di strumenti digitali, supporto tecnico, visibilità e attrezzature professionali. Altro progetto su cui Autocom intende puntare è quello di febi Point, il programma di fidelizzazione ideato da bilstein group Italia per strutturare e rendere più continuativo il rapporto tra il marchio febi, i distributori e i ricambisti, attraverso strumenti commerciali, di marketing e di supporto tecnico

ATTREZZATURE, FORMAZIONE E SUPPORTO

Cresce anche il business delle attrezzature professionali. Autocom è distributore in esclusiva per la Sicilia del marchio Fervi e l'incremento quest'anno è a doppia cifra, con volumi che stanno diventando significativi. Al centro della strategia, anche la formazione tecnica, considerata da Autocom uno strumento indispensabile per affrontare la trasformazione del mercato. Per questo l'azienda organizza corsi tecnici – articolati in un'intera giornata e con esercitazioni pratiche – con Marelli e i principali fornitori.

Sempre più determinante anche il supporto tecnico interno: specialisti dedicati, numeri diretti per l'assistenza

ai ricambisti e anche il contributo di un ingegnere per le problematiche più complesse. “I ricambisti apprezzano particolarmente poter dialogare al telefono con professionisti in grado di fornire soluzioni e non semplicemente comunicare prezzi. Cerchiamo di riempire degli spazi che spesso vengono



lasciati vuoti, sia sul piano formativo che informativo". Per gestire i resi, che negli ultimi anni sono in aumento, Autocom ha inoltre dedicato personale specifico all'interno della struttura di Carini.

IL PUNTO SUL MERCATO IN SICILIA

Se gli investimenti di Autocom proseguono con convinzione, lo scenario di mercato resta tuttavia complicato. Oltre

alla generale instabilità geo-politica, a rendere più complesse le cose si aggiunge la forte pressione competitiva che interessa l'intera distribuzione indipendente, Sicilia compresa. "Siamo nel bel mezzo di una guerra dei prezzi tra grossi gruppi distributivi", osserva il titolare "bisogna triplicare le forze per riuscire a mantenere i numeri che negli anni abbiamo costruito con fatica".

LA PAROLA ALLA RETE COMMERCIALE

Tra Sicilia e Calabria operano sei agenti di Autocom, supportati da una struttura interna articolata e specializzata. Una squadra che Manlio La Rosa non esita a definire il vero motore dell'azienda: Eugenio Priolo per Palermo e parte della provincia di Agrigento, Nino Nicolosi per Catania, Saverio Sciacca per Trapani e Agrigento, Roberto Scalavino dedicato allo sviluppo del progetto Marelli, Antonio Pappalardo per Messina e provincia, Enna e Caltanissetta, oltre alle figure interne di Alessio La Rosa per la logistica, Marcello Alongi sul fronte commerciale e Daniele La Rosa, figura di raccordo per attrezzature, progetti e sviluppo aziendale.

Dal confronto con la forza vendita, che gestisce circa 600 ricambisti tra Sicilia e Calabria, emerge un quadro del

mercato che negli ultimi anni è profondamente cambiato. La prima difficoltà riguarda senza dubbio il personale. Non soltanto nelle officine, ma anche all'interno dei ricambisti e delle stesse strutture distributive. "La difficoltà maggiore che incontrano i nostri clienti è trovare persone appassionate di questo mondo e disposte a lavorare all'interno delle strutture", racconta uno degli agenti, "Manca personale preparato e a volte anche la disponibilità a imparare". Una situazione che può tradursi in errori di identificazione dei ricambi, difficoltà nel dialogo tecnico con le officine e un incremento significativo dei resi, spesso attribuibili a errori di montaggio o di identificazione del prodotto. L'azienda conferma che "negli ultimi due o tre anni il reso conforme e il reso difettoso sono più che raddoppiati. La velocità con cui si lavora oggi, l'aumento dei codici disponibili e la complessità tecnica delle vetture fanno sì che spesso si ordinino due o tre articoli per essere sicuri di avere quello corretto e poi il resto torna indietro".

La gestione delle garanzie è ormai diventata una vera attività aziendale, tanto che nella sede di Carini operano persone dedicate esclusivamente ai resi e alle pratiche di contestazione. Ma è probabilmente il tema del ricambio generazionale quello che suscita le maggiori preoccupazioni.

"Ci sono aziende dove i figli stanno raccogliendo il testimone e migliorando il lavoro fatto dai genitori, purtroppo però, questi casi non sono così frequenti". Nel frattempo, anche il lavoro del venditore è cambiato: "Oggi il cliente cerca informazioni, assistenza tecnica e qualcuno che sia in grado di risolvere un problema".

a cura di Andrea Martinello



Fervi Arreda 4.0: nuove soluzioni per i punti vendita



Un catalogo rinnovato che mette a disposizione tutte le soluzioni espositive, integrando una nuova sezione di abbigliamento outdoor sviluppato con Erreà. Fervi rinnova uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di Fervi Arreda 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita.

Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. Fervi Arreda 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta Fervi all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Tra le soluzioni proposte figurano espositori completi per l'utensileria manuale, pannelli modulari per creare composizioni personalizzate, pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa, espositori da banco ideali per i best runner Fervi, copri pallet per realizzare piccole isole espositive 80x120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor.

Il catalogo dedicato è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio Fervi. Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggiore ingombro. Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del Fervi Arreda propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata Fervi, sviluppata in collaborazione con il marchio specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate Erreà (nei pressi di Parma).

PUBBLICAZIONE: ferrutensil.com

PAESE: ITA

TIPOLOGIA: Web

AVE: €1.36

REACH: 177

CATEGORIA DEL SITO WEB: Heavy Industry and Engineering/Construction

VISITE MENSILI: 5400.14

AUTORE: Alessandra Frascini

URL: www.ferrutensil.com



> 29 luglio 2026 alle ore 7:01

> [Versione Online](#)

La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta.

Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.



Fervi Arreda 4.0: nuove soluzioni d'alta qualità

Un catalogo rinnovato con tutte le soluzioni espositive Fervi modulari e dedicate, oltre ad abiti outdoor sviluppati con Erreà.



Un catalogo rinnovato che mette a disposizione tutte le soluzioni espositive Fervi modulari e dedicate, oltre ad abiti outdoor sviluppati con Erreà.

Fervi ha rinnovato uno dei principali strumenti a supporto della propria rete commerciale con il lancio di Fervi Arreda 4.0, la nuova edizione del catalogo dedicato all'allestimento dei punti vendita.

Da semplice supporto espositivo, il catalogo si è evoluto in un vero e proprio strumento commerciale, pensato per aiutare i rivenditori a progettare spazi più efficaci, ordinati e funzionali. Fervi Arreda 4.0 raccoglie infatti in un unico volume tutte le soluzioni disponibili per realizzare esposizioni modulari e personalizzabili, valorizzando al meglio l'offerta Fervi all'interno di rivendite specializzate e negozi di ferramenta.

Novità personalizzabili

Tra le soluzioni proposte figurano espositori completi per l'utensileria manuale, pannelli modulari per creare composizioni personalizzate, pallbox da posizionare vicino al bancone o alla cassa, espositori da banco ideali per i best runner Fervi, copri pallet per realizzare piccole isole espositive 80 x 120 cm, vele identificative per le aree dedicate alle macchine utensili e gazebo per esposizioni outdoor.

Pratico e immediato

Il catalogo dedicato è stato sviluppato con l'obiettivo di offrire ai rivenditori uno strumento pratico e immediato, capace di facilitare la progettazione degli spazi espositivi e contribuire ad aumentare on-site la visibilità del marchio Fervi.



Le diverse soluzioni permettono di costruire percorsi d'acquisto ordinati e coerenti, valorizzando sia le linee di utensileria sia le macchine e gli articoli di maggior ingombro. Il volume include inoltre offerte speciali riservate ai rivenditori, con condizioni vantaggiose per ogni tipologia di allestimento.

Collezione dedicata

A completare l'offerta di espositori e arredi, l'edizione 4.0 del Fervi Arreda propone anche l'esclusiva collezione di abbigliamento outdoor personalizzata Fervi, sviluppata in collaborazione con il marchio specializzato in abbigliamento tecnico-sportivo e divise personalizzate Erreà (con sede a San Polo di Torrile, nei pressi di Parma). La linea amplia l'offerta del marchio con felpe, zaini, giacche, gilet, magliette, polo e pantaloni pensati per il tempo libero e le attività all'aria aperta.

Una proposta che conferma la volontà dell'azienda di rafforzare la propria identità di brand e di offrire ai rivenditori nuove opportunità per valorizzare il marchio all'interno del punto vendita.

calendar_month30 Luglio 2026

a cura di LORIS CANTARELLI

