

RASSEGNA STAMPA



Indice

| | |
|--|----|
| Due nuovi supporti motore in casa Fervi ilgiornaledelmeccanico.it - 27/10/2022 | 3 |
| Fervi presenta due nuovi supporti motore iocarrozziere.it - 27/10/2022 | 4 |
| L INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI SERVIZIO CONQUISTA E FIDELIZZA Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 30/09/2022 | 5 |
| Fervi e Reflex Abrasives insieme per incontrare le esigenze applicative in materia di abrasivi Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 30/09/2022 | 8 |
| Precisione tedesca versatilità italiana: gli strumenti Vogel Germany sbarcano in Italia grazie a Fervi Group Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 30/09/2022 | 12 |
| Gli strumenti di misura più adatti per il canale online Ferramenta 2000 Hardware Magazine - 30/09/2022 | 15 |
| Fervi: precisione a p o r t a t a di avvitatore p n e u m a t i c o Il Giornale del Meccanico - 30/09/2022 | 16 |
| Miglior Carrello Porta Utensili Per Officina: le migliori scelte per ogni budget theteller.it - 20/10/2022 | 17 |
| seggiole & poltrone You Trade - 31/08/2022 | 48 |
| Caratteristiche del tornio Far da sé - 01/11/2022 | 49 |
| Officine Maccaferri Ok all aumento di capitale da 60 milioni Il Resto Del Carlino - 27/10/2022 | 50 |
| Officine Maccaferri Ok all aumento di capitale da 60 milioni Il Resto Del Carlino Bologna - Bologna - 27/10/2022 | 52 |
| Fervi Italia Oggi - 26/10/2022 | 54 |



Due nuovi supporti motore in casa Fervi

27 Ottobre 2022

Tempo di lettura: 1 minuto



FERVI, l'azienda emiliana che da anni è punto di riferimento per il settore professionale MRO e per il fai-da-te, presenta due nuovi supporti motore. Pratici, resistenti e funzionali, i nuovi supporti sono progettati per agevolare il lavoro e garantire un'ispezione completa del motore, rispettando gli alti standard richiesti alle attrezzature professionali, senza tralasciare l'accessibilità economica per allargare il mercato di riferimento anche agli hobbisti.



Entrambi i supporti includono un sistema di inclinazione del motore per assicurarne un'accurata esamina e sono dotati di quattro ruote in ghisa, due fisse e due girevoli con freno, per un facile spostamento dell'attrezzo. La struttura robusta, brandizzata FERVI, permette non solo di raggiungere una portata massima di 600 kg per S033 e 680 kg per S068 ma anche di assicurarne la facilità di pulizia, la resistenza ad olii e solventi, e la durata nel tempo.

I due supporti motore sono anche accessoriati per rispondere a esigenze diverse: S033 è dotato di un comodo piano porta minuteria girevole che consente di appoggiare piccoli pezzi come viti, bulloni e rondelle per averli sempre a portata di mano durante le operazioni di lavoro, mentre S068 è particolarmente indicato per gli spazi ristretti perché prevede la possibilità di essere piegato riducendo così l'ingombro dell'attrezzo.

Tutte le referenze FERVI sono acquistabili presso i rivenditori autorizzati. L'elenco completo è consultabile nella sezione "dove acquistare" del sito www.fervi.com



Fervi presenta due nuovi supporti motore

27 Ottobre 2022



Punto di riferimento per il settore professionale MRO e per il fai-da-te, Fervi introduce sul mercato due nuovi supporti motore progettati per agevolare il lavoro e garantire un'ispezione completa del motore, rispettando gli alti standard richiesti alle attrezzature professionali, senza tralasciare l'accessibilità economica per allargare il mercato di riferimento anche agli hobbisti.



Pratici, resistenti e funzionali, entrambi i supporti includono un sistema di inclinazione del motore per assicurarne un'accurata esamina e sono dotati di quattro ruote in ghisa, due fisse e due girevoli con freno, per un facile spostamento dell'attrezzo. La struttura robusta, brandizzata FERVI, permette non solo di raggiungere una portata massima di 600 kg per S033 e 680 kg per S068 ma anche di assicurarne la facilità di pulizia, la resistenza ad olii e solventi, e la durata nel tempo.

I due supporti motore sono anche accessoriati per rispondere a esigenze diverse: S033 è dotato di un comodo piano porta minuteria girevole che consente di appoggiare piccoli pezzi come viti, bulloni e rondelle per averli sempre a portata di

mano durante le operazioni di lavoro, mentre S068 è particolarmente indicato per gli spazi ristretti perché prevede la possibilità di essere piegato riducendo così l'ingombro dell'attrezzo.

Oltre ad essere acquistabili presso i rivenditori autorizzati, tutte le referenze della gamma FERVI possono essere consultate nella sezione "dove acquistare" del sito www.fervi.com

| DOSSIER STRUMENTI DI MISURA

L'INNOVAZIONE, DI PRODOTTO E DI SERVIZIO, CONQUISTA E FIDELIZZA

Pur essendo questo mercato come tutti i settori significativamente impattato dalle criticità che caratterizzano il contesto internazionale, tutte le aziende intervistate concordano sul fatto che questa è la leva sulla quale stanno puntando. E i risultati sembrano confermare che sono sulla strada giusta

Per il comparto degli strumenti di misura il 2022 non sarà certamente da record. A penalizzarlo le ricadute delle frizioni e delle criticità che caratterizzano l'attuale scenario internazionale e, inevitabilmente, anche nazionale. Ciò nonostante, le aziende del comparto stanno dando prova di reattività nel provare a mettere a frutto i loro investimenti in innovazione, di prodotto, ma anche di servizi, per proporre ai propri clienti nuove motivazioni per legarsi al loro brand. E questo ovviamente senza rinunciare ad ampliare la platea dei clienti.

Riccardo Pellegrini, Quality Assurance & Product Marketing di **Fervi** interpreta i riscontri che l'azienda sta ottenendo come la conferma dell'efficacia di alcune scelte strategiche. "Oltre agli strumenti di misura presenti sul catalogo Fervi, che stanno dando buoni ri-

sultati in questi primi 8 mesi, il lancio di Vogel sta incontrando i favori dei clienti nonostante sia avvenuto da poco. Una qualità Made in Germany che convince, soprattutto dopo aver toccato con mano i prodotti. Infatti, la prova e i test delle referenze sono stati un elemento di forza nella presentazione del nuovo catalogo". Alla luce di tutto questo Pellegrini parla di previsioni da qui a fine anno che "sono buone nonostante l'anno non sia tra quelli particolarmente vivaci. La presentazione del nuovo catalogo ha supportato i clienti più motivati e orientati a proporsi in modo diverso, offrendo una gamma di prodotti più ampia e completa senza trascurare la qualità".

L'antidoto contro gli effetti di questa fase non particolarmente brillante è lo sforzo ad intercettare e soddisfare le esigenze dei clienti. Questo è quanto

si ricava dalla dichiarazione dell'**Ufficio Marketing di Metrica**. "I risultati sono ancora confortanti, per quanto inferiori allo stesso periodo del 2021, ma le nostre strategie vincenti sono state: costante disponibilità dei prodotti a catalogo, continuo rinnovamento della gamma e implementazione del servizio ai nostri clienti". Nonostante questo, però, non possono fare a meno di ammettere che stante "l'aggravarsi della situazione economica risulta complicato fare una previsione". Parla di un andamento che da inizio anno è stato "sicuramente positivo nonostante le molteplici difficoltà", **Eugenio Laghi** Sales and Marketing Manager di **Sistemi Klein**. "C'è stata una flessione negli ordini in entrata nei primi giorni di settembre e non ci aspettiamo di certo una ripresa in questa parte finale dell'anno. Lavorando con più di 60 paesi nel Mondo siamo soliti assistere a momenti come questi. Ovviamente adesso siamo un po' più preoccupati perché il calo è tangibile in buona parte dell'Europa Occidentale", ammette Laghi prima di precisare "siamo in grado di affrontare questo momento critico grazie ad investimenti su nuovi mercati e su nuove linee di prodotto che ci garantiranno stabilità. La situazione attuale che maggiormente ci spaventa è quella legata ai costi dell'energia, stiamo già rivalutando alcune mosse strategiche interne per affrontare l'inverno col piede giusto". Anche **Enrico Ullmann**, Amministrato-



re di **Ullmann** si mostra soddisfatto dei risultati fin qui ottenuti e spiega che "i fattori di questo successo sono diversi: l'ampliamento della forza vendita, su cui investiamo in maniera continuativa da diversi anni per crescere sul territorio e acquisire nuovi clienti, la forza di alcuni brand, penso a Snowman nell'ambito della marcatura e Tajima sul fronte degli strumenti professionali, con cui abbiamo nel tempo fidelizzato molti clienti, e la continua ricerca di nuovi prodotti da introdurre a catalogo per crescere nei settori dell'edilizia e del colore". Forte di questo Ullmann parla di una previsione che da qui a fine anno "è quella di segnare un'ulteriore crescita rispetto



Riccardo Pellegrini, Product Manager Fervi

ABC Tools - Il calibro H 421066 è disponibile in 3 diverse esecuzioni con campo di misura da 150 ai 300 mm e lunghezza becchi da 40 ai 60 mm, un ampio display a 5 cifre altezza 12 mm e lettura 1/10 di mm (0,01 mm) - 0026 pollici. Grado di protezione IP 67.



al 2021. Le criticità sono sotto gli occhi di tutti e riguardano primariamente l'aumento dei prezzi delle materie prime, le difficoltà di approvvigionamento dei prodotti, con continui ritardi nella produzione, e il rincaro dell'energia. Ci troviamo in una situazione che in 90 anni di storia non abbiamo mai sperimentato: prima la pandemia e adesso questa estrema incertezza. Tuttavia non mancano le opportunità: in questi primi mesi dell'anno la spinta del Superbonus sul settore edile ha condizionato positivamente tutto il comparto. Una seconda opportunità è rappresentata, a mio parere, da una tendenza da parte dei professionisti a privilegiare, tanto più in un periodo di crisi, la qualità: spendo qualcosa di più una volta per uno strumento resistente e performante in grado di rendere il lavoro più semplice, preciso e veloce.

Il giusto canale per ogni strumento

La varietà delle tipologie di strumenti di misura oggi esistenti sul mercato e anche la diversità nelle performance assicurate fa sì che per un'azienda non sia sempre così semplice individuare tra i tanti disponibili il canale che per le sue caratteristiche risulta più adatto a ciascuna tipologia. Partendo da questo dato di fatto, abbiamo chiesto alle aziende intervistate quali strumenti di misura ritengono più adatti alla vendita presso le Utensilerie, la Ferramenta Tradizionale e la canale Gds. Ecco cosa ci hanno risposto. "I flessometri e in generale gli strumenti di misura tradizionali restano il nostro punto di forza presso le utensilerie e le ferramenta tradizionali", afferma **Enrico Ullmann** di **Ullmann**. "In questi primi mesi dell'anno abbiamo riscontrato un grande interesse per gli strumenti digitali: in quasi tutti gli ordini i nostri clienti hanno inserito alcuni articoli della gamma Condrol a testimonianza del fatto che quello della ferramenta è un canale sì tradizionale, ma aperto all'innovazione e attento alle esigenze del mercato. Non lavoriamo invece con la grande distribuzione a cui abbiamo sempre preferito la fidelizzazione dei clienti tradizionali e dei grossisti. Utensilerie e ferramenta, a cui aggiungiamo colorifici e rivenditori edili ci consentono di raggiungere il nostro pubblico di riferimento in maniera efficace: carpentieri, idraulici, elettricisti, piccole e medie imprese edili e in generale tutte le figure che si muovono nel settore dell'edilizia leggera".



Fervi - Il Calibro a Corsa Digitale Elettronico (Art. 202040-3) propone uno standard professionale che, grazie alla scala di misurazione in vetro, offre un elevato livello di precisione e affidabilità. Completano l'allestimento il grande display LCD di 9 mm di altezza, una porta mini-USB per il trasferimento dei dati e la possibilità di commutare la misura in mm o pollici a seconda delle esigenze.



Enrico Ullmann, amministratore di Ullmann

zazione del rivenditore, sia esso una utensileria o una ferramenta. Sicuramente i prodotti di largo consumo sono quelli maggiormente trattati nella GDS, mentre per prodotti particolari e molto tecnici ci si deve rivolgere al canale tradizionale". Il punto di partenza di **Eugenio Laghi di Sistemi Klein** è la gamma offerta dall'azienda. "Certamente la linea dei calibri al nonio e digitali che proponiamo non è un articolo dedicato alla grande distribuzione, in quanto questi prodotti sono altamente professionali e devono essere offerti da persone specializzate che conoscono il

mercato: Ecco perché ci riferiamo maggiormente alle Ferramenta tradizionali dove l'operatore è in grado di suggerire la migliore soluzione per aumentare la produttività al loro cliente". Individua invece le tipologia adatte a ciascun canale l'**Ufficio Marketing di Metrica**.

"Calibri, comparatori, micrometri, alessametri, squadre di precisione, Piani di riscontro, profilometri e autolivelli laser sono a nostro giudizio più adatti per la vendita nelle utensilerie. Per le Ferramenta sono particolarmente indicati

autolivelli laser, distanziometri, telefix, flessometri e goniometri metri a stecca. Infine sono indicate per la Gds le linee dedicate al professionista e all'hobbista evoluto di metri a stecca, flessometri o autolivelli".

Così viene declinata l'innovazione in questa categoria di prodotto

Rispondendo alla domanda se interpreta l'innovazione di prodotto più come un upgrade delle performance o come completamente della gamma **Enrico**

Sistemi Klein - Progettati per soddisfare l'esigenza di effettuare il più rapidamente possibile i rilevamenti delle dimensioni dei pannelli nei centri di produzione, i calibri digitali *Digit +* eliminano la soggettività dell'operatore. Grazie alla tecnologia digitale e al display di facile utilizzo. Possono essere forniti a richiesta con risoluzione centesimale (0,01 mm) e/o uscita seriale.



Fervi e Riflex Abrasives insieme per incontrare le esigenze applicative in materia di abrasivi

Con oltre 10 miliardi di dischi abrasivi prodotti e oltre 300 impianti installati nel mondo, oggi Riflex è leader e pioniere nell'innovazione e nella ricerca finalizzata alla produzione di dischi abrasivi. Grazie all'unione con Fervi Group rinforza il posizionamento sul mercato e apre a nuovi prodotti per lavorazioni speciali

Ora parte di **Fervi Group** (Vignola, MO), l'azienda modenese Riflex vanta 40 anni di esperienza nella produzione di dischi lamellari e nella realizzazione di impianti automatici per la loro produzione, testing e confezionamento. Nel corso degli anni, grazie al know-how acquisito, ha sviluppato una gamma prodotti ampia e completa per rispondere ai professionisti più esigenti nei diversi ambiti di utilizzo. Riflex presidia direttamente l'intera filiera produttiva, dalla partnership con i più importanti fornitori di materie prime alla realizzazione degli impianti automatici per la produzione ed il controllo-qualità dei prodotti. I moderni impianti garantiscono alta qualità e ampie possibilità di personalizzazione legate alle caratteristiche tecniche del prodotto, all'immagine ed al packaging. Ecco perché oggi Riflex è il produttore in private label di alcune fra le più importanti multinazionali e catene della GDO in ambito internazionale.

Gamma abrasivi Fervi: la famiglia si specializza

FERVI, nel proprio catalogo, ha dedicato uno



dei 7 Product Group alla gamma Abrasivi con all'interno sei famiglie di prodotto ed oltre 1.000 referenze. Da qualche tempo, la famiglia dei dischi lamellari si è arricchita della linea Specialty prodotta da Riflex, ideale per lavorazioni "speciali", si distingue per la tipologia di materiali su cui consente di operare, dall'Inox a materiali non ferrosi come alluminio, rame e così via. Nata per venire incontro ad esigenze nei settori alimentare, farmaceutico e chimico, questa linea trova naturale utilizzo nelle lavorazioni di lamiere sottili, in importanti sbavature di cordoni di saldature e dove si richiede un prodotto che resista alla temperatura con elettrotensili da 1400w e oltre.

La gamma di abrasivi è composta da dischi differenti con misura e composizione per tutte le esigenze di lavorazione: dalla miscela di zirconio e ceramico a quelli realizzati in 100% ceramico e, tra le referenze di FERVI GROUP, assume particolare rilievo anche la linea con speciale supporto in poliammide

che evita l'intasamento dell'abrasivo per lavorazioni su alluminio e materiali non ferrosi e per una massima resa dell'attrezzo.

Dai laboratori R&D Riflex, i dischi lamellari del futuro

Con oltre 10 miliardi di dischi abrasivi prodotti, oltre 300 impianti installati nel mondo, oggi Riflex è leader e pioniere nell'innovazione e nella ricerca finalizzata alla produzione di dischi abrasivi. Le partnership con i produttori di materie prime (tele abrasive, supporti e colle), con gli istituti di ricerca e l'interazione con le centinaia di migliaia di utenti professionali serviti in tutto il mondo hanno permesso di sviluppare competenze e know-how che oggi Riflex dedica alla ricerca e allo sviluppo di soluzioni innovative orientate sia alla funzionalità che alla sostenibilità, con nuove tipologie di applicazioni per agevolare i clienti utilizzatori nel lavoro quotidiano.

Per informazioni: www.fervi.com



Andrea Boselli Cto Caltex



Cristiano Lazzarini Titolare di Nat Abrasivi



Ezio Borroni di Discotolisa



Enrico Mannara Direttore Commerciale Ima Abrasivi



Danilo De Biasi, Responsabile Rivendite Italia di Consiglio Abrasivi



Davide Magaddino, Amministratore Unico di Abrasivi Alpe

qualità/prezzo paga sul lungo termine. Se possiamo vantare un rapporto coi clienti molto duraturo, ci sarà un perché". Sintetico **Davide Magaddino**, di



Ima Abrasivi - Ideale nelle situazioni in cui richiesto un taglio preciso e veloce, senza alterare le caratteristiche superficiali dei materiali **Imact3** si rinnova con il nuovo spessore 1,3 e la formula allo "Zirconio".

Abrasivi Alpe che ricorda: "tra i nostri punti di forza i più importanti sono rapidità delle consegne e produzione di prodotti su richiesta del cliente". Tra chi lavora sulla continua evoluzione della gamma figura **Consiglio Abrasivi**. **Danilo De Biasi** spiega infatti che "proprio in questo finir d'anno così incerto, stiamo lanciando sul mercato il completamento di gamma dell'Actirox, un disco fibrato ad altissime prestazioni, fino ad ora proposto solo in grana P36+. Da oggi la gamma si allarga alla grana 60+ e 80+, accontentando anche i clienti che si spingono fino alla satinatura e lucidatura delle superfici. Lanceremo questo nuovo disco con "Una Promo Da Campioni" dedicata a tutti i clienti di ferramenta ed utensilerie". La strategia illustrata da **Enrico Mannara** di **Ima Abrasivi** è incentrata sul rafforzamento della relazione con i clienti. "Stiamo cercando di fare una comunicazione più mirata ad alcune categorie di rivenditori che al momento risentono meno

del calo del lavoro per cercare di acquisire nuovi clienti ma anche di aiutare quelli esistenti ad ampliare la gamma dei nostri prodotti". Infine, **Cristiano Lazzarini** riferisce che **Nat Abrasivi** "in questi anni di forte cambiamento, si è decisa ad aprire il canale della vendita diretta agli utenti finali, con una serie di prodotti mirati al FaiDaTe Evoluto. Questa svolta, ci ha permesso di modificare il nostro linguaggio di comunicazione, per far percepire la qualità agli utilizzatori, cosa impossibile prima, parlando solo con distributori e rivenditori. Ora il brand è diventato centrale nella nostra comunicazione, perché riesce a veicolare i messaggi di affidabilità e qualità delle nostre soluzioni".

Parliamo di canali - Il ruolo e l'importanza della Grande distribuzione

Le dichiarazioni raccolte convergono quasi tutte su un punto: per le sue caratteristiche intrinseche questo è un canale poco adatto alla vendita di un ar-

tiolo così tecnico. **Cristiano Lazzarini** di **Nat Abrasivi** afferma che "la grande distribuzione non è un mercato che vogliamo seguire, perché fino ad oggi ha sempre puntato sul prezzo e non sulla qualità. Basta entrare in un qualsiasi grande magazzino del FaiDaTe, o navigare su un sito che vende dai libri ai computer, per capire la confusione di offerta che c'è. Non si vendono soluzioni, ma prodotti e si misurano solo col prezzo." Senza esprimere giudizi di merito **Danilo De Biasi** di **Consiglio Abrasivi** spiega: "ci rivolgiamo prevalentemente a rivenditori specializzati, utensilerie e ferramenta tecniche, per cui attualmente la Grande Distribuzione non è un nostro target primario." **Andrea Boselli** di **Cta Cafflex** si limita a dichiarare che "la Grande Distribuzione Specializzata non rientra tra i nostri canali di vendita. I nostri prodotti sono acquistati da rivenditori (ferramenta, utensilerie, forniture industriali)

di piccole, medie e grandi dimensioni che non sono strutturati come la Grande Distribuzione. Cta Cafflex si rivolge in parte anche direttamente al mondo

manufacturing, vale a dire all'utilizzatore finale". Come per l'online anche per la Grande Distribuzione la posizione di **Ezio Borroni** di **Discotelsisal** è che "la



Cta Cafflex - Le ruote lamellar con foro, disponibili anche in versione frastagliata, ventilata e spazata

Sulle vendite online prevale la prudenza

Il canale delle vendite online registra un trend di crescita in molte delle categorie di prodotto tipiche del nostro mercato. Tra queste, almeno per il momento, non sembrano rientrare gli abrasivi. Questo è il bilancio dei riscontri ottenuti andando a sollecitare le aziende protagoniste di questa inchiesta. Alcune almeno per il momento hanno deciso di non presidiare questo canale - **Abrasivi Alpe** e **Cta Cafflex** - altre lo utilizzano poco, come **Ima Abrasivi**. Altre, come **Consiglio Abrasivi** sono "attente allo sviluppo della vendita online, ma cosce di essere in un settore dove è fondamentale l'apporto tecnico e le dimostrazioni condotte dal nostro personale specializzato", come dichiara il Responsabile Rivendite Italia **Danilo De Biasi**. **Ezio Borroni**, Sales Manager Metal Division di **Discotelsisal** spiega che "per la nostra tipologia di clientela con lavorazioni mirate e spesso personalizzate a seconda dei macchinari utilizzati è difficile adottare una vendita on-line dei nostri prodotti". Dal suo punto di vista "è invece sicuramente importante dare un'immagine on-line appunto rinnovata e dettagliata della potenzialità dell'azienda di poter seguire il cliente in tutte le fasi di lavorazione". **Cristiano Lazzarini**, Titolare di **Nat Abrasivi** chiarisce che l'online "è il canale che abbiamo selezionato per la vendita diretta agli utilizzatori finali, artigiani o piccola industria.

Gli abrasivi proposti sono, al momento, solo una parte del nostro catalogo, ma contengono tutti i prodotti professionali o le soluzioni più avanzate, che ci permettano di differenziarci dal mercato online dei player più noti, che vendono di tutto, non garantendo la soluzione migliore o un contatto diretto per una consulenza, cosa su cui noi puntiamo molto. Le vendite online, quest'anno, sono triplicate".



Nat Abrasivi - I nuovi prodotti al diamante sia flessibili che rigidi, per tagliare, forare, levigare e lucidare tutte le nuove superfici in agglomerato, marmo, ceramica, granito, vetro, hanno una taglientezza e una durata nettamente superiori agli abrasivi tradizionali.



maggioranza della nostra produzione è adatta a un mercato di utilizzatori industriale e specializzato quindi difficile da implementare con questi canali di distribuzione se non per articoli più comuni di cui abbiamo una vendita più marginale”.

Diversa la strategia illustrata da **Davide Magaddino** di **Abrasivi Alpe**: “Per noi la Grande Distribuzione è indubbiamente un canale importante nel quale al momento registriamo un andamento costante della domanda, con un incremento di richiesta sui prodotti Scotch Brite”. Infine **Enrico Mannara** spiega che per **Ima Abrasivi** questo canale “è importante ma non ci sono grandi variazioni di fatturato”.

Parliamo di canali - La ferramenta è l'interlocutore ideale

Una delle conseguenze della maggior focalizzazione della domanda su prodotti di livello qualitativo più elevato è che la Ferramenta vede avvalorarsi ul-

teriormente il suo ruolo di canale di riferimento per chi è alla ricerca di qualità, nella gamma, ma anche nell'approccio alla vendita. “Il canale delle ferramenta è di grande importanza per noi”, sottolinea **Davide Magaddino**, Amministratore Unico di **Abrasivi Alpe**. “Stiamo riscontrando un certo interesse dovuto anche alle richieste della loro clientela, che è diventata sempre più esigente e cerca sempre di più prodotti di alta qualità”. Si focalizza sul valore aggiunto dei punti vendita più specializzati **Daniilo De Biasi**, Responsabile Rivendite Italia di **Consiglio Abrasivi**. “Notiamo un sempre maggior interesse delle Ferramenta (tecniche) per i nostri prodotti, e siamo convinti che questo aspetto sia veicolato in primo luogo dall'offerta tecnica (in termini di formazione e supporto nei test dimostrativi) e poi dalle numerose iniziative di marketing e promozionali”.

Andrea Boselli, Socio di **Cta Cafflex** ricorda che “dedicare spazio agli abra-

sivi, da un punto di vista tecnico e di trend di mercato, è senz'altro molto interessante per chi ama tenersi aggiornato e, di riflesso, per chi opera in questo settore. Teniamo poi conto che il mondo della ferramenta è vastissimo e, quindi, avere uno spazio di visibilità dedicato può solo che giovare”.

Ezio Borroni, Sales Manager Metal Division di **Discotelsisal** è convinto che la Ferramenta offra possibilità “anche se in questo caso è molto importante il rapporto con il rivenditore che deve essere di fiducia”. Lo scopo è “consigliare al meglio il cliente finale” alla luce delle sue caratteristiche. Borroni ritiene infatti che “soprattutto in alcune zone, questo lavoro di “squadra” può essere la carta vincente per seguire al meglio il cliente”.

La ferramenta, o il settore della lavorazione del metallo in genere, afferma **Cristiano Lazzarini**, Titolare di **Nat Abrasivi** “rappresenta quasi la metà del nostro fatturato: è fondamentale per noi studiare i cambiamenti del mercato e cercare di anticiparli, proponendo soluzioni sempre nuove, sia di esposizione che di istruzione sui nuovi prodotti. I rivenditori che capiscono l'importanza della formazione continua, stanno incrementando le vendite e le loro quote di mercato”.

Sono questi clienti che ci spingono a completare la ricerca, iniziata anni fa, per definire il rivenditore di ferramenta del futuro: dovrà modificare l'esposizione dei prodotti, non sarà più il classico negozio che siamo abituati a vedere, ma la nuova struttura offrirà, ai suoi clienti, soluzioni ai problemi e non solo la vendita del prodotto da banco”. Il canale presenta alcune criticità, rileva **Enrico Mannara**, Direttore Commerciale di **Ima Abrasivi**. “La ferramenta classica è quella che in questo momento soffre di più sono interessati ad ampliare il settore della nostra categoria di prodotto ma si muovono con cautela perché non sono spinti dalla recettività del mercato”.

Precisione tedesca versatilità italiana: gli strumenti Vogel Germany sbarcano in Italia grazie a Fervi Group

Acquisita da FERVI nel 2019, l'azienda tedesca Vogel Germany realizza dal 1949 strumenti di misura ad alta performance. Tra le oltre 5000 referenze a catalogo figurano le righe in acciaio realizzate anche in un pezzo unico fino a 16 m di lunghezza e senza acidi aggressivi e coloranti tossici, procedura che le rende idonee anche nei settori food e medicale

Vogel Germany GmbH è un importante player nella produzione e commercializzazione di strumenti di misura con marchio tedesco e di alta qualità. Presidia diversi settori come l'industria pesante, la lavorazione dei metalli, l'Off Shore, l'industria aeronautica e spaziale, i Laboratori e Ricerca & Sviluppo, Food, Sport e tanti altri. Tra le oltre 5000 referenze a catalogo Vogel Germany propone calibri (anche in versione elettronica/digitale) e misuratori laser ma anche strumenti tradizionali come squadre e righe in acciaio.

Leader mondiale nella produzione delle righe in acciaio inossidabile

Per la produzione delle proprie righe Vogel utilizza esclusivamente acciaio di produzione tedesca del tipo 1.4310 ad elevato contenuto di Cromo, particolarmente adatto ad essere utilizzato nell'industria del settore Food e anche nelle tecnologie medicali. Questo anche grazie al procedimento utilizzato per applicare la scala graduata/marcatura. Fin dal 1993, infatti, Vogel utilizza una tecnica di incisione GREEN che non prevede l'utilizzo di acidi aggressivi in fase d'incisione o di sostanze tossiche in fase di colorazione.

Le righe di Vogel possono tranquillamente essere utilizzate in serbatoi e silos ad uso alimentare (latte e cereali per esempio) sen-



Lato anteriore



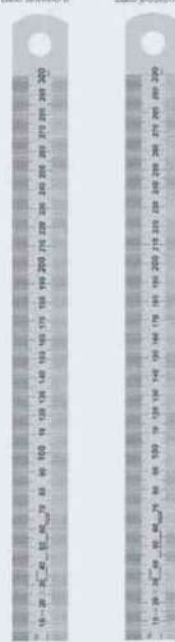
Lato posteriore

za il timore che acidi aggressivi o coloranti tossici possano contaminarli poiché, a differenza della maggior parte dei produttori di questi articoli, nella produzione delle righe Vogel questi non vengono impiegati.

Altro elemento distintivo per Vogel è la particolare lavorazione dell'acciaio che consente di inserire a catalogo righe con lunghezza di 4-16 metri prodotte in un unico pezzo per un'elevata precisione di misura. La produzione di tutte le righe in acciaio Vogel, infatti, avviene in conformità alle classi CE I e il secondo DIN 2004/22, e secondo lo standard professionale (Certificazione fornita su richiesta).

La sofisticata tecnologia laser d'incisione Vogel consente anche un alto grado di personalizzazione degli strumenti, sempre intervenendo sull'acciaio senza l'uso di elementi tossici.

Lato anteriore Lato posteriore



Uno dei misuratori laser presenti nel catalogo Vogel Germany



Vogel Germany propone calibri (anche in versione elettronica/digitale) e misuratori laser

www.fervi.com

Stanley - Il misuratore Laser SLM100 ha portata da 20 cm a 30m, e precisione tipica a 3mm a 10m. Le funzioni presenti sono: distanza, misurazione continua, calcolo area e volume, addizione e sottrazione, Pitagora. Conserva in memoria le ultime 3 misurazioni. Due punti di misurazione: base e fronte. Rivestimento in gomma. Indice di protezione IP40.



Ullmann di Ullmann non ha incertezze: "Sicuramente puntiamo sulla gamma. Gli strumenti di misura che proponiamo a catalogo offrono già livelli di performance molto alti e si collocano in una fascia alta come qualità e anche come prezzo. Il nostro lavoro", prosegue Ullmann, "è soprattutto quello di cercare e testare con pazienza nuovi prodotti selezionando con grande attenzione fornitori in tutto il mondo. Un lavoro lun-

go che ci consente però di garantire ai nostri clienti gli standard di qualità che si aspettano dai prodotti Ullmann". Date le caratteristiche e gli ambiti di utilizzo di questi prodotti, la qualità è una conditio sine qua non. Ne è convinto **Riccardo Pellegrini** di **Fervi** che sottolinea "puntiamo molto sulla qualità professionale dei nostri prodotti e, per questo motivo, guardare all'importanza e all'efficienza del Made in Germany nel

campo delle misurazioni è stato per noi naturale. Gli strumenti di misura infatti sono tipicamente prodotti d'uso molto tecnico e dunque è richiesto il più alto livello di affidabilità e precisione".

Eugenio Laghi di **Sistemi Klein** chiarisce che "i calibri, come tutti i nostri strumenti di misura, sono una componente fondamentale del nostro Catalogo. Da sempre vogliamo dare ai nostri clienti la possibilità di fare un passo in più rispetto ai loro competitor e quale viatico migliore se non puntare nella qualità del prodotto finito?" Laghi conclude con un esempio concreto: "abbiamo molti clienti che lavorano conto terzi per le grandi catene di distribuzione, hanno necessità di garantire il prodotto e grazie ai nostri calibri possono farlo con la massima semplicità e precisione".

Punta su entrambi i fattori d'innovazione proposti **Metrica**, "interpretiamo l'innovazione soprattutto come ampliamento della gamma e aggiornamento tecnico", fa infatti sapere il suo **Ufficio Marketing**.

Così vengono comunicate le novità al mercato

Con l'avvento del digitale gli strumenti a

La gamma e i target d'interesse

Dal 1° luglio 2022 Vogel Germany, l'azienda di Fervi Group specializzata negli strumenti di misura e con oltre 70 anni di esperienza, è sbarcata ufficialmente in Italia con un catalogo dedicato a tale settore e composto da circa 5000 referenze per risolvere le esigenze più complesse e articolate nel campo della misura. Dalle righe, prodotte internamente nello stabilimento di Kavelaer, ai misuratori laser, dai calibri ai comparatori per arrivare fino ai micrometri e alle attrezzature di prova a banco. Il target cui ci rivolgiamo è come sempre la rivendita, il nostro canale tradizionale, che ci permette di raggiungere capillarmente gli utilizzatori con il prodotto giusto.

Riccardo Pellegrini, Quality Assurance & Product Marketing di Fervi

Siamo distributori esclusivi degli strumenti di misura prodotti dalla M. Conti per l'industria del legno. Una specializzazione rara sul mercato delle tecnologie per la lavorazione del legno, che la Sistemi e la M. Conti hanno messo a punto in tanti anni di ricerca e collaborazione. La nostra parte dai calibri al nonio classici per proseguire con i calibri a lettura

digitale ed arrivare al banco di misura con 3 assi controllati per una verifica qualitativa sempre più elevata nella lavorazione del pannello. Nella lavorazione su pantografi CNC proponiamo una serie completa di PRESET, strumenti estremamente precisi per il rilevamento delle misure degli utensili.

Eugenio Laghi Sales and Marketing Manager di Sistemi Klein

Ullmann vanta una lunga tradizione nella fornitura di strumenti di misura. Con Tajima offriamo una vasta gamma di flessometri che nascono per soddisfare le esigenze di diverse categorie di professionisti: carpentieri, cartongessisti, serramentisti, ecc. A caratterizzarli sono gli alti standard giapponesi di precisione e una cura maniacale dei dettagli. Alla linea tradizionale abbiamo affiancato a partire da quest'anno un'ampia gamma di strumenti di misura digitali: misuratori laser, livelle laser a linea e a 360°, laser rotativi. Puntiamo in questo caso su geometri, architetti e tecnici di cantiere.

Enrico Ullmann, Amministratore di Ullmann



Eugenio Laghi Sales and Marketing Manager di Sistemi Klein

disposizione delle aziende per supportare il lancio di una novità di prodotto si sono moltiplicati offrendo a ciascuna la possibilità di modulare la propria strategia di comunicazione in base al target cui essa è destinata e agli investimenti sostenuti. **Riccardo Pellegrini**, Quality Assurance & Product Marketing di **Fervi** conferma innanzitutto che "ovviamente i prodotti sono sempre accompagnati da attività di promozione sui vari canali online e offline, soprattutto quando si tratta di prodotti alto-rotanti,

Per Vogel Germany, abbiamo anche già predisposto appositi espositori a muro per allocare e richiamare l'attenzione dell'utilizzatore finale sui nostri prodotti direttamente nel negozio, in fase di acquisto o di raccolta informazioni". L'Ufficio Marketing di **Metrica** spiega che l'azienda punta su "formazione capillare dei nostri agenti di vendita, visite mirate ai referenti commerciali, comunicazione sui social e giornalini didattici rivolti al consumatore finale".

Il riferimento alla forza vendita è presente anche nella dichiarazione di **Enrico Ullmann**, Amministratore di **Ullmann**: "il primo passo è sempre la formazione della forza vendita. Sono i nostri collaboratori il primo veicolo di informazioni verso il cliente e devono conoscere i punti di forza dei nuovi prodotti per poterli proporre con risultati positivi.

Poi sfruttiamo tutti i nostri canali di comunicazione: newsletter diretta sui clienti, la nostra pagina Facebook e il canale YouTube per stimolare l'interesse dei professionisti, adv dedicate e interventi specifici sulla stampa specializzata. La comunicazione", conclude Ullmann "resta fondamentale e continueremo a investire per rinforzare i canali che già utilizziamo e progettare nuove azioni".

Ullmann - Top di gamma della linea di misuratori laser **Condrol** distribuiti da **Ullmann** in esclusiva per l'Italia. Il misuratore Laser **XP4** misura fino a 100 metri con precisione $\pm 1,5$ mm. Display a colori e fotocamera da 1.3 MP con zoom 8x per la massima precisione in qualsiasi condizione meteo. Dotato di funzionalità avanzate per un utilizzo professionale in cantiere, tra cui: accelerometro 3D con funzione Point-to-Point, sensore di inclinazione, funzione di tracciamento, livello digitale e timer integrati.



Metrica - La livella automatica **Flash Green 360°** proietta un raggio verde di 360° in orizzontale e un secondo di 90° in verticale per formare una croce sulla parete. Ha un campo di autolivellamento di $\pm 4^\circ$, una precisione di ± 3 mm / 10 m e una portata di 40 m (60 m con ricevitore opzionale).

Eugenio Laghi Sales and Marketing Manager di **Sistemi Klein** chiama in causa il fattore umano. "Negli ultimi anni" dichiara infatti "abbiamo investito non solo nei macchinari di ultima generazione, ma in particolare sulle persone, assumendo ragazze e ragazzi che fanno parte della "generazione Z" che ci hanno spinto a modificare la nostra strategia di marketing cartaceo, ma soprattutto online. In più, la scelta di sviluppare un proprio B2B interno, ci ha permesso di rimanere legati ai nostri clienti anche nei momenti di maggiore difficoltà durante il periodo pandemico. Da sempre l'attenzione della Sistemi Klein è nell'offrire innovazione sia per quanto riguarda i prodotti sia per quanto riguarda i servizi", ricorda.



Gli strumenti di misura più adatti per il canale online

I siti e-commerce su cui siamo presenti sono prevalentemente quelli dei nostri clienti tradizionali che vendono i prodotti e i marchi da loro trattati anche attraverso le loro vetrine online. Per questo suggeriamo sempre una politica commerciale e cerchiamo di supportarli in modo da essere sempre allineati al mercato spingendo comunque il prodotto. Tornando agli strumenti di misura, vale anche per l'online il primato di vendite nei prodotti di uso e consumo quotidiano come flessometri, squadre e calibri.

Riccardo Pellegrini, Quality Assurance & Product Marketing di Fervi

La vendita online è ormai da anni un fattore fondamentale anche nel nostro settore. Ci sono aziende più strutturate di noi che hanno iniziato a vendere anche direttamente, bypassando la linea di rivenditori sul territorio e questo a noi non piace. Sosteniamo però, grazie ai nostri servizi digitali, tutti i nostri clienti che vogliono creare un loro sito e-commerce. Noi abbiamo sviluppato un nostro sito B2B che dà la possibilità ai nostri clienti di visualizzare in tempo reale la giacenza del nostro magazzino, controllare i loro prezzi di

acquisto e creare un pre-ordine con tutta semplicità.

Eugenio Laghi Sales and Marketing Manager di Sistemi Klein

Utilizziamo l'e-commerce per le vendite estero.

Ufficio Marketing di Metrica

Abbiamo aperto e stiamo testando con successo il nostro portale B2B. L'obiettivo dei prossimi mesi è crescere anche su questo fronte. Si tratta di uno strumento che nasce per offrire di più: ai clienti, a cui mette a disposizione informazioni in tempo reale sulle loro attività (fatture, DDT, tracking dell'ordine, ecc.) e sui prodotti (con foto, video, istruzioni, schede di sicurezza, ecc.), e ai nostri collaboratori, a cui regala più tempo per dedicarsi alle novità di prodotto e alle presentazioni dal vivo. Insomma, non un portale per raccogliere gli ordini, ma un nuovo modo per consolidare il business con i nostri clienti. In questo senso non ci appoggiamo a nessun'altra piattaforma on line e non è negli obiettivi strategici dell'azienda.

Enrico Ullmann, Amministratore di Ullmann



Fervi: precisione a portata di avvitatore pneumatico

L'ampia gamma di avvitatori pneumatici ad impulsi PRO di FERVI si compone di sette attrezzi (codici da APO1 ad APO6), ideati per assicurare un perfetto avvitamento o svitamento di dadi, bulloni e viti di fissaggio filettate. La cura e l'attenzione che FERVI ha riposto nella progettazione degli avvitatori pneumatici PRO è riscontrabile anche nella scelta dei materiali compositi che li rendono resistenti all'uso, semplici da pulire, leggeri e maneggevoli, evitando di gravare sul polso e sull'avambraccio dell'operatore anche dopo molte ore di utilizzo.

Per ulteriori informazioni sulla gamma di avvitatori pneumatici ad impulsi PRO o su altri prodotti FERVI è possibile consultare il sito www.fervi.com





Miglior Carrello Porta Utensili Per Officina: Le migliori scelte per ogni budget



Hai mai provato ad acquistare un Carrello Porta Utensili Per Officina perfetto?

Se sì, sarei ben consapevole della durezza di questo compito scoraggiante.

Diventa abbastanza difficile trovare il migliore soprattutto quando abbiamo così tante opzioni disponibili.

Sai qual è la parte peggiore di questa situazione?

Tutto sembra essere così identico; non riusciamo nemmeno a distinguere tra tutti.

La cosa migliore che ti aiuta al meglio in questo momento è una guida all'acquisto perfetta per Carrello Porta Utensili Per Officina. Oggi sono qui con l'elenco completo delle Carrello Porta Utensili Per Officina più votate disponibili sul mercato nel 2022.

Ogni singolo centesimo conta molto. Quando si tratta di investimenti, bisogna stare molto attenti. Non puoi mettere a rischio i tuoi soldi guadagnati duramente solo per verificare se il tuo prodotto preferito ti sta fornendo il meglio o meno.

Per renderlo molto conveniente per i nostri lettori, ho fatto ricerche adeguate, recensito diversi Carrello Porta Utensili Per Officina e li ho anche confrontati tutti prima di raggiungere la decisione finale.



€980.00

in stock

2 new from €980.00

as of Ottobre 20, 2022 2:01 pm

[Amazon.it](#)



€847.23

in stock

2 new from €847.23

as of Ottobre 20, 2022 2:01 pm

[Amazon.it](#)

CARRELLO COMPLETO DI UTENSILI PORTA UTENSILI FERVI C960C

€980.00 in stock

2 new from €980.00

as of Ottobre 20, 2022 2:01 pm

Features

☐ Carrello porta attrezzi C960C Fervi completo di 291 utensili di altissima qualità, dotato di quattro ruote due fisse e due girevoli, cassetti con serratura e rotolo porta carta Mephisto Carrello portautensili da officina con 8 cassetti di cui 7 cassetti riempiti con attrezzi come chiavi, cricchetto con scatola di noce, cacciavite, ecc. in Soft Inlays effetto carbonio

€669.90 in stock

1 new from €669.90

seggiole & poltrone

IN JLG MIRCO NEGRI PRODUCT MANAGER EMEA1



Mirco Negri è il nuovo senior product manager per la regione Emeai (Europe, Middle East, and Africa) di Jlg Industries, azienda del gruppo Oshkosh Corporation, specializzata nella

produzione di piattaforme di lavoro aeree e sollevatori telescopici. Dal 2014 in azienda, Negri si è unito al team di gestione prodotti nel 2019. Il manager ha oltre 15 anni di esperienza nella produzione, vendita e ingegneria di mezzi di accesso e svolgerà un ruolo fondamentale nello sviluppo del portafoglio prodotti Jlg, nonché delle soluzioni connesse che ne derivano. «Jlg è produttore di mezzi di accesso molto apprezzato», afferma Negri. «È un onore rappresentare il marchio nel nostro mercato e avere l'opportunità di lavorare con i clienti sia sull'attuale linea di prodotti che sui miglioramenti futuri. Il feedback dal campo stimola il nostro processo di innovazione sempre orientato al cliente. «Il team regionale di gestione prodotti è

sempre appassionato nel comprendere le evoluzioni del cantiere e le sfide che i nostri clienti devono affrontare per sviluppare soluzioni che portino un valore tangibile a proprietari e operatori. È un momento entusiasmante per entrare nel mio nuovo ruolo di responsabile del team di gestione prodotti nella nostra regione e non vedo l'ora di applicare la mia esperienza di fronte ai clienti e di comprendere a fondo come sviluppare una strategia per i prodotti e i servizi digitali Jlg».

POLIMENI NUOVO AD DI FACILE RISTRUTTURARE

Vincenzo Polimeni è stato nominato amministratore delegato di Facile Ristrutturare, società specializzata nelle ristrutturazioni di interni, controllata di Renovars, holding nata nel 2018. Polimeni ha una lunga esperienza nel settore: ha lavorato



per nove anni in EdiliziaAcrobatica come capo delle vendite e country manager in Francia, e ha iniziato la carriera come progettista e direttore di cantiere.

IGOR DE BIASIO CONFERMATO AMMINISTRATORE DI AREXPO



Igor De Biasio è stato confermato amministratore delegato di Arexpo, la società proprietaria dell'area dove si è tenuta Expo Milano 2015 e che ha il compito di svilupparla. De Biasio ricopre l'incarico

dal 2019. Alberto Grando, professore ordinario di economia e gestione delle imprese all'Università Bocconi, è invece stato nominato presidente. Le nomine sono state decise dall'assemblea dei soci e sono valide per il prossimo triennio.

FRANCESCO PUGLIESE PRESIDENTE DI AGECORE



Francesco Pugliese (Conad) è stato nominato presidente di Agecore, la centrale europea che riunisce alcuni grandi gruppi di imprenditori indipendenti associati nel mondo del retail. Agecore è un'alleanza strategica internazionale tra retailer con giro di affari complessivo pari a 62,4 miliardi di euro, per una presenza in alcuni dei più importanti mercati dell'Europa occidentale.

MARCELLO PETRUCCI DIRETTORE DI FERVI

Fervi, società quotata specializzata in attrezzature per cantieri, falegnameria e officine, ha nominato Marcello Petrucci, ingegnere, come nuovo direttore generale. Petrucci ha maturato un'esperienza internazionale in aziende quali Datalogic, Gewiss, Caprari, ricoprendo ruoli apicali sia in Italia che all'estero.





Caratteristiche del tornio

Il principale elemento strutturale del tornio, il bancale, non è solo importante per il ruolo di tenere solidamente insieme motore, ventaglio e contropunta, ma anche perché la sua dimensione determina la lunghezza massima del pezzo lavorabile, che corrisponde alla distanza fra punta e contropunta. Altra misura importante, quella del diametro massimo del pezzo lavorabile, è data dalla distanza dal centro mandrino al bancale, almeno per quel che riguarda le macchine a testa fissa. Con la testa ruotabile a 90° il discorso cambia, ma solo per la tornitura trasversale.

La macchina illustrata nella foto è il tornio Fervi, mod. 0648, fornito anche di copiatore, utile per ripetere più pezzi uguali, per esempio per fare le gambe di un tavolo. In ottemperanza a questa funzione, il tornio ha un'ottima lunghezza massima di lavoro, 1000 mm, mentre sul fronte del diametro massimo si arriva a 375 mm. La velocità di rotazione è regolabile da 500 a 2000 giri/min; il peso complessivo è di 68 kg. La macchina è fornita con platorello di Ø 150 mm, espulsore, trascinatori e contropunta rotante, entrambi con attacco CM2.

Fervi, tornio 0648, è ora in promozione al prezzo di euro 929,50.



[Nuovo cda, Sergio Iasi presidente](#)

Officine Maccaferri Ok all'aumento di capitale da 60 milioni

Servizio a pagina 10

La Fondazione del Monte rilancia Ecco investimenti per 5,7 milioni

La presidente Giusella Finocchiaro: «È stato un anno complicato, ma restano invariate le erogazioni»
 Le priorità del 2023: «Sostenere la formazione, ridurre il divario digitale e testare nuovi modelli didattici»

È stato un anno complicato. Ma grazie «a una gestione molto attenta» anche per il 2023 saranno 5.744.000 euro i fondi messi a disposizione dal piano degli investimenti previsto dal documento programmatico previsionale, approvato all'unanimità dal Consiglio di indirizzo della Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna. Ancora una volta, «nonostante, dal punto di vista finanziario, il primo semestre 2022 è risultato il peggiore degli ultimi cinquant'anni - spiega Giusella Finocchiaro, presidente della Fondazione - abbiamo mantenuto invariate le erogazioni per l'anno a venire. Volenterosi di guardare al futuro mantenendo, tra le nostre priorità, educazione, formazione e scuola. Su cui continueremo a investire».

La Fondazione sosterrà azioni per ridurre le disparità sociali e fortificare la coesione della comunità nel segno dell'educazione, della cultura, della ricerca scientifica. E con particolare attenzione alle fasce più deboli e allo sviluppo di territori, come

l'Appennino, a forte rischio di spopolamento.

Le erogazioni sono ripartite in diverse aree d'intervento: 40% nel settore sociale, 40% nel settore della cultura, 10% nel settore dello sviluppo locale e 10% in quello della ricerca scientifica. Anche per il 2023 saranno prioritarie le azioni a sostegno del mondo dell'educazione e della cultura. «Sostenere la formazione, sperimentare nuovi modelli didattici, ridurre il divario digitale, è sempre più necessario - aggiunge Finocchiaro -, la dispersione scolastica è preoccupante. La linea d'azione rimane quella di contrastarla con tutte le risorse possibili. Le Fondazioni di origine bancaria devono fare la propria parte, intercettando i bisogni di tutta la comunità, soprattutto in un momento di crisi complesse come quelle che stiamo vivendo».

La Fondazione resta disponibile nell'orientare gli interessati all'iscrizione dei bandi del Fondo per la Repubblica Digitale, 'Futura' e 'Onlife', per accresce-

re le competenze digitali delle donne e dei neet, con scadenza il 16 dicembre.

g. d. c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GLI INTERVENTI

Il 40% nel settore sociale, 40% nella cultura, 10% nel settore dello sviluppo locale e 10% nella ricerca



BALZO RECORD DEI RICAVI



Crescita del 77,3%
Il contributo decisivo di Rivit

Ricavi record a 41,7 milioni per il Gruppo Fervi (nella foto l'ad e presidente Roberto Tunioli) quotato sul mercato Euronext Growth Milan, con una crescita di circa il 77,3% dovuta, soprattutto, alla Rivit Srl acquisita nel 2021. La posizione finanziaria netta consolidata è negativa per circa 11,2 milioni di euro.



OK ALL'AUMENTO DI CAPITALE



Via libera a 60 milioni
Nuovo cda, Sergio Iasi presidente

Via all'aumento di capitale di 60 milioni di euro per Officine Maccaferri, interamente versato dai soci di Om Topco, società partecipata da Ad-Hoc Group (il team di investitori composto da Carlyle Global Credit Investment Management, Man Glg e Stellex Capital Management), arrivato dopo l'emissione, lo scorso 6 ottobre, del decreto di omologa da parte del Tribunale di Bologna, che ha dato avvio all'esecuzione del piano concordatario. L'assemblea dei soci ha nominato il nuovo cda: Sergio Iasi (presidente, **nella foto**) Karthik Achar, Adnan Khalef e Lapo Vivarelli Colonna ad; nel collegio sindacale Mario Ravaccia (presidente), Luca Guarna e Leonardo Fedrini.



La presidente Giusella Finocchiaro



Nuovo cda, Sergio Iasi presidente

Officine Maccaferri Ok all'aumento di capitale da 60 milioni

Servizio a pagina 10

La Fondazione del Monte rilancia Ecco investimenti per 5,7 milioni

La presidente Giusella Finocchiaro: «È stato un anno complicato, ma restano invariate le erogazioni»
Le priorità del 2023: «Sostenere la formazione, ridurre il divario digitale e testare nuovi modelli didattici»

È stato un anno complicato. Ma grazie «a una gestione molto attenta» anche per il 2023 saranno 5.744.000 euro i fondi messi a disposizione dal piano degli investimenti previsto dal documento programmatico previsionale, approvato all'unanimità dal Consiglio di indirizzo della Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna. Ancora una volta, «nonostante, dal punto di vista finanziario, il primo semestre 2022 è risultato il peggiore degli ultimi cinquant'anni - spiega Giusella Finocchiaro, presidente della Fondazione - abbiamo mantenuto invariate le erogazioni per l'anno a venire. Volenterosi di guardare al futuro mantenendo, tra le nostre priorità, educazione, formazione e scuola. Su cui continueremo a investire».

La Fondazione sosterrà azioni per ridurre le disparità sociali e fortificare la coesione della comunità nel segno dell'educazione, della cultura, della ricerca scientifica. E con particolare attenzione alle fasce più deboli e

allo sviluppo di territori, come

l'Appennino, a forte rischio di spopolamento.

Le erogazioni sono ripartite in diverse aree d'intervento: 40% nel settore sociale, 40% nel settore della cultura, 10% nel settore dello sviluppo locale e 10% in quello della ricerca scientifica. Anche per il 2023 saranno prioritarie le azioni a sostegno del mondo dell'educazione e della cultura. «Sostenere la formazione, sperimentare nuovi modelli didattici, ridurre il divario digitale, è sempre più necessario - aggiunge Finocchiaro -, la dispersione scolastica è preoccupante. La linea d'azione rimane quella di contrastarla con tutte le risorse possibili. Le Fondazioni di origine bancaria devono fare la propria parte, intercettando i bisogni di tutta la comunità, soprattutto in un momento di crisi complesse come quelle che stiamo vivendo».

La Fondazione resta disponibile nell'orientare gli interessati all'iscrizione dei bandi del Fon-

do per la Repubblica Digitale, 'Futura' e 'Onlife', per accrescere le competenze digitali delle donne e dei neet, con scadenza il 16 dicembre.

g. d. c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GLI INTERVENTI

Il 40% nel settore sociale, 40% nella cultura, 10% nel settore dello sviluppo locale e 10% nella ricerca

Gruppo Fervi

BALZO RECORD DEI RICAVI



Crescita del 77,3%

Il contributo decisivo di Rivit

Ricavi record a 41,7 milioni per il Gruppo Fervi (nella foto l'ad e presidente Roberto Tunio) quotato sul mercato Euronext Growth Milan, con una crescita di circa il 77,3% dovuta, soprattutto, alla Rivit Srl acquisita nel 2021. La posizione finanziaria netta consolidata è negativa per circa 11,2 milioni di euro.

Officine Maccaferri

OK ALL'AUMENTO DI CAPITALE



Via libera a 60 milioni

Nuovo cda, Sergio Iasi presidente

Via all'aumento di capitale di 60 milioni di euro per Officine Maccaferri, interamente versato dai soci di Om Topco, società partecipata da Ad-Hoc Group (il team di investitori composto da Carlyle Global Credit Investment Management, Man Glg e Stellex Capital Management), arrivato dopo l'emissione, lo scorso 6 ottobre, del decreto di omologa da parte del Tribunale di Bologna, che ha dato avvio all'esecuzione del piano concordatario. L'assemblea dei soci ha nominato il nuovo cda: Sergio Iasi (presidente, **nella foto**) Karthik Achar, Adnan Khalef e Lapo Vivarelli Colonna ad; nel collegio sindacale Mario Ravaccia (presidente), Luca Guarna e Leonardo Fedrini.



La presidente Giusella Finocchiaro



Fervi ha riportato, nei nove mesi, ricavi consolidati netti per 41,7 milioni, in aumento del 77,3% su base annua, segnando il record storico del periodo.

prodotto

MANUTENZIONE

a portata di mano

Fervi ha presentato una gamma di valigette pratiche e funzionali con all'interno una gamma di utensili che permettono di avere sempre a portata di mano gli strumenti necessari alla manutenzione delle due ruote. Scopriamole.

a cura della Redazione

FERVI, azienda di Vignola che dal 1978 produce utensili e attrezzatura per i professionisti del settore MRO e del fai-da-te, ha progettato un'ampia gamma di valigette porta utensili per avere sempre a portata di mano un variegato assortimento di strumenti. Apprezzati per la loro efficienza e per l'alta qualità della performance, gli attrezzi FERVI sono realizzati in acciaio cromo-vanadio per assicurarne la massima resistenza. Le valigette FERVI possono contenere da un minimo di 54 a un massimo di 175 utensili, a seconda del modello scelto: trolley, valigetta o borsa.

Le pratiche valigette (codici 0434, 0105 e 0110), presentano un design ergonomico ed elegante che gioca sui colori grigio e azzurro del brand emiliano, mentre le versioni 0105T e 0110T, propongono un robusto formato trolley per agevolare il trasporto. FERVI ha inoltre a catalogo anche una resistente borsa a tracolla porta utensili (cod. 0390) destinata al mondo degli installatori professionisti.

Di particolare rilievo è però la valigetta best seller 0399, provvista di 87 utensili e accessori che costituiscono una vera



e propria officina portatile. La valigetta è robusta e dotata di maniglia ergonomica per facilitare una salda presa della mano durante le fasi di trasporto. Grazie all'affidabilità e alla praticità che la contraddistinguono, questa valigetta è adatta anche a lavori di altissimo livello come quelli del mondo racing.

Non è un caso quindi che sia stata scelta dal pilota di Superbike Michael Ruben Rinaldi che corre in sella alla Panigale V4 R in questa stagione 2022.

Segui le offerte e le promozioni su www.fervi.com



COSA CONTIENE LA VALIGETTA 0399

- Chiavi esagonali: 1.5-2-2.5-3-4-5-6-8 mm
- Giraviti: (j) 5 x 75 - 4 x 100 mm - (-)
- 1 x 75 - 2 x 100 mm
- Pince: 150 mm
- Chiave a ruota: 250 mm
- Tanchese taglio laterale: 150 mm
- Pince a becchi meszondi: 150 mm
- Forbici mulino: 150 mm
- Pesa idraulico: 240 mm
- Chiavi combinate: 6-10-11-12-13-14-15-17 mm
- Bussole da 1/4": 4-4.5-5-5.5-6-7-8-9-10-11-12-13-14 mm
- Bussole da 1/2": 10-13-14-15-16-17-19-21-22 mm
- Lavo a T scorrevole: 1/4"
- Snoda universale: 1/4" - 1/2"
- Prolunghe da 1/4": 50 mm - 100 mm
- Prolunghe da 1/2": 125 mm
- Misure basate per condotti: 16 mm - 21 mm
- Lave a ciccchetto: 1/4" - 1/2"
- Martello ledesco: 300 g
- Cutter: 1
- Porta inserti magnetico: 1
- Inserti: 30
- Adattatore inserti: 1/4"
- Porta inserti a ciccchetto: 1
- Adattatore maschio con quadro da 1/4" ad esagono da 1/4": 1
- Chiavi esagonali: 1.5-2-2.5-3-4-5-6-8 mm
- Giraviti: (j) 5 x 75 - 4 x 100 mm - (-)
- 1 x 75 - 2 x 100 mm
- Pince: 150 mm
- Chiave a ruota: 250 mm
- Tanchese taglio laterale: 150 mm
- Pince a becchi meszondi: 150 mm
- Forbici mulino: 150 mm
- Pesa idraulico: 240 mm
- Chiavi combinate: 6-10-11-12-13-14-15-17 mm
- Bussole da 1/4": 4-4.5-5-5.5-6-7-8-9-10-11-12-13-14 mm
- Bussole da 1/2": 10-13-14-15-16-17-19-21-22 mm
- Lavo a T scorrevole: 1/4"
- Snoda universale: 1/4" - 1/2"
- Prolunghe da 1/4": 50 mm - 100 mm
- Prolunghe da 1/2": 125 mm
- Misure basate per condotti: 16 mm - 21 mm
- Lave a ciccchetto: 1/4" - 1/2"
- Martello ledesco: 300 g
- Cutter: 1
- Porta inserti magnetico: 1
- Inserti: 30
- Adattatore inserti: 1/4"
- Porta inserti a ciccchetto: 1
- Adattatore maschio con quadro da 1/4" ad esagono da 1/4": 1

