



**Consorzio
Distributori
Utensili**

SPAZIO **TECNICO**

PERIODICO DI INFORMAZIONE DEL CONSORZIO CDU

Anno 3 - Numero 4

Spedizione in abb. postale comma 34
art. 2 legge 549/95 - Milano

Direttore resp.: Giorgio Cortella

Editore: Consorzio CDU (sede legale:
Via Rugabella, 2 - Milano; sede operativa:
Viale Colleoni, 17 - Agrate)

Progetto e coordinamento editoriale:
Bianchi Errepi Associati Srl - Lecco

Stampa: Tipografia Verga Srl - Lecco

Autorizzazione del Tribunale di Lecco n.
3136 del 21/09/95 (n.9/95 Reg.Per.)

SPECIALE MASCHIATURA

Una panoramica sulle nuove soluzioni tecnologiche

LA FABBRICA DEL DUEMILA

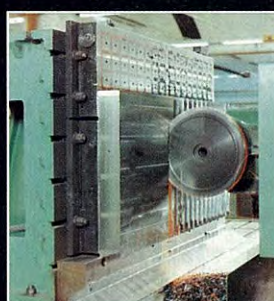
Produrre con successo: le regole del domani

FIERE NEL MONDO

Appuntamenti da non perdere

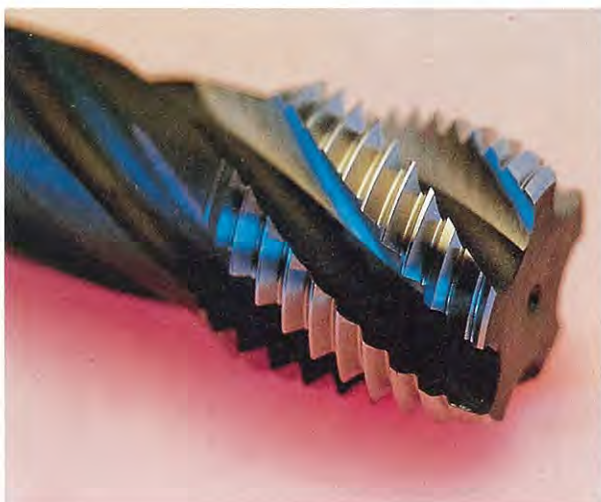
NOVITÀ IN VETRINA

Proposte dal mercato



ZOOM

SPECIALE MASCHIATURA



VERSO ESIGENZE SEMPRE PIÙ COMPLESSE.

LA "VITE DI ARCHIMEDE".

Tra le lavorazioni meccaniche, la maschiatura occupa uno spazio di primo piano: l'utilizzo della "vite di Archimede" quale forma di serraggio si è infatti andato nel tempo sempre più diffondendo e, sebbene la ricerca di sempre nuove soluzioni sia una delle costanti dell'industria dei nostri giorni, è presumibile che anche per il futuro continui a ricoprire un ruolo di assoluta importanza.

Verso quali frontiere, dunque, il processo di maschiatura tende ad evolversi? Con quali problematiche andrà a confrontarsi? E come le aziende produttrici di utensili dedicati a questa specifica lavorazione dei materiali stanno orientan-

do la propria attività di ricerca e sviluppo?

Si tratta di interrogativi di estremo interesse per le aziende meccaniche. Sebbene sia difficile definire delle risposte capaci di prefigurare gli orientamenti a lungo termine, è possibile individuare almeno le linee di tendenza ad oggi già in atto ed indicare gli elementi con i quali sempre più i produttori di utensili saranno chiamati a misurarsi.

I PROGRESSI DELLA TECNOLOGIA DEI MATERIALI.

Un primo fronte è rappresentato senza dubbio dall'evoluzione, costante e a ritmi sempre più accelerati, dei materiali da lavorare. Le richieste che provengono con insistenza crescente dal mercato sono indirizzate alla ricerca di materiali in grado di assicurare prestazioni e condizioni di impiego sempre nuove.

In particolare, nel corso dei prossimi anni è semplice ipotizzare che aumenterà in modo considerevole l'utilizzo di acciai inossidabili con resistenza alla trazione e durezza sempre più elevate. Una tendenza resa possibile dalla messa a punto di speciali trattamenti termici, capaci di conferire anche ai materiali già oggi impiegati caratteristiche innovative.

AFFIDABILITÀ E PRESTAZIONI ELEVATE.

Un secondo aspetto con il quale i costruttori di maschi devono già oggi fare i conti - e ancor più saranno costretti a misurarsi nel prossimo futuro - è costituito dalle problematiche sempre più complesse a cui le aziende meccaniche devono rispondere in termini di pezzi da realizzare, per fronteggiare una richiesta in tal senso emergente.

DC: PRONTA PER IL DOMANI.

Per fronteggiare questa evoluzione, ormai alle porte, **DC** studia in collaborazione con diverse Università i rapidi ed irreversibili progressi della tecnologia di lavorazione dei materiali.

DC sviluppa ed adatta costantemente la geometria di taglio dei suoi utensili per rispondere alle mutate caratteristiche dei materiali ed alle nuove condizioni di utilizzo richieste dai mercati.

Inoltre **DC** segue con attenzione gli sviluppi dei nuovi rivestimenti di superficie che permetteranno di sostenere le pesanti condizioni di lavoro imposte dalle nuove norme ecologiche. Nuovi studi infine sono in corso, in collaborazione con le acciaierie, per esplorare la possibilità di aggiungere nuovi elementi agli acciai rapidi utilizzati, per renderli in grado di sopportare gli sforzi meccanici sempre più elevati.



ZOOM

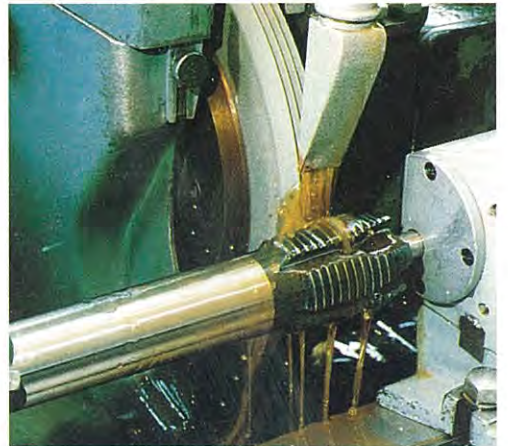
SPECIALE MASCHIATURA

È inevitabile, infatti, che le esigenze tecniche nel campo della maschiatura diverranno sempre più elevate: da fori ciechi con profondità superiori a 2 volte e mezza il diametro a finiture superficiali migliori.

Tali esigenze porranno ai produttori di utensili problemi tecnici complessi che necessiteranno, per la loro soluzione, di maschi che sappiano coniugare con efficacia da un lato elevate prestazioni e, dall'altro, l'affidabilità rispetto a parametri ben definiti, che assicurino cioè la rispondenza a standards di qualità sempre maggiori.

L'EVOLUZIONE DELLA TECNOLOGIA DEI MACCHINARI.

Lo sviluppo incessante delle macchine utensili e del C.N.C. rappresenta un terzo elemento di stimolo e di confronto per le aziende costruttrici di maschi. In particolare, grazie ai progressi di una gestione computerizzata dei procedimenti di controllo verso cui si sta indirizzando l'industria meccanica, sarà possibile ottenere significativi miglioramenti in termini di produttività, garantendo l'affidabilità totale anche su turni di lavoro non presidiati.



Una sfida, quest'ultima, che richiede un impegno di ricerca e sviluppo che può ottenere risultati positivi solo attraverso la collaborazione e il confronto continuo con i costruttori di macchine, dando vita ad un modello di progettazione congiunta e di sperimentazione sul campo.

L'IMPATTO ECOLOGICO.

Vi è un ultimo elemento che condizionerà lo sviluppo futuro della maschiatura e le soluzioni che, in questo campo, le aziende produttrici di utensili saranno chiamate ad elaborare. Il riferimento è quello che possiamo definire l'impatto ecologico.

La crescente sensibilità che, verso l'ambiente interno ed esterno alla fabbrica sta maturando si traduce in concrete norme sempre più restrittive in materia ecologica. Ciò imporrà alle industrie la ricerca di soluzioni alternative nel campo dei lubrificanti.

I costi di riciclaggio di questi prodotti richiederanno, a breve, una diffusione della lavorazione con nebbia d'olio vegetale o a secco, almeno per alcuni materiali. E la tecnologia dovrà necessariamente orientarsi in tal senso. ■

TKN: QUALITÀ E PREZZO.



Realizzati in acciai super rapidi HSS in classe "E", i maschi **TKN** utilizzano materiali che subiscono severi controlli strutturali e chimici prima della lavorazione. L'attenzione per la qualità del prodotto si concretizza anche nel corso di tutto il processo: dalla tornitura dello sbozzato fino alle ultime sofisticate operazioni di rettifica filetti, dopo trattamento termico, ogni fase è condotta con accuratezza, impiegando le più moderne macchine utensili.

La classe superiore dei maschi **TKN** è anche assicurata dall'elevato numero di operazioni (fino a 38 fasi lavorative) impiegate per la loro costruzione: ciò si traduce nel maggior rendimento offerto dai maschi **TKN**. La loro gamma copre la quasi totalità delle esigenze della lavorazione meccanica.



LA FABBRICA DEL DUEMILA: FLESSIBILITÀ E CREATIVITÀ.

Flessibilità nei volumi, nella composizione della produzione e nei prodotti, senza dimenticare una buona dose di creatività: sarà questa la ricetta che dovranno seguire uomini e mezzi nella fabbrica del futuro, per soddisfare i requisiti di una produzione che sta sempre più cambiando. In un mercato globale, in cui la crescita economica è bassa, la concorrenza è agguerrita e la pianificazione difficile, le aziende sono infatti costrette ad aggiustare il tiro per non arrivare impreparate all'appuntamento con il Duemila.

GLI UOMINI: RISORSA STRATEGICA.

Ma, allora, quali regole dovranno essere rispettate per riuscire a stare al gioco? Flessibilità e creatività - come anticipato - sono le principali parole d'ordine da seguire per fronteggiare efficacemente i continui cambiamenti in corso.

Le prime a dover rispondere all'imperativo della flessibilità sono le risorse umane,

in quanto in futuro avranno un ruolo strategico. In concreto, l'organizzazione dell'impresa dovrà essere maggiormente articolata, con gruppi di persone interscambiabili per funzioni e ruoli aziendali, in grado di risolvere specifici problemi. Ciascuno di loro - grazie al maggior numero di informazioni e di conoscenze che possiederà - avrà una padronanza del processo produttivo nella sua complessità e, dando spazio alla propria creatività e competenza, potrà intervenire nelle diverse fasi, in funzione delle esigenze della produzione o della necessità di far fronte ad eventuali cambiamenti.

LA PERSONALIZZAZIONE.

Un altro concetto tradizionale a venir messo in discussione è quello di economia di scala, che ha il suo presupposto in una produzione basata su grandi quantità di prodotti collaudati e standardizzati.

Il mercato infatti, ormai saturo e alle prese con costi di distribuzione elevati, tende a contrarsi. E la produzione di massa viene collocata là dove è più basso il costo del lavoro, ad esclusione delle lavorazioni ad alto valore aggiunto. Il cliente inoltre è diventato più esigente: non si accontenta dell'offerta già esistente e chiede prodotti realizzati "su misura" in base alle specifiche che è lui stesso a fornire, ma che comunque non abbiano costi superiori rispetto a prima.

Con queste premesse la produzione è costretta a cambiare rotta e, lasciata la via delle grosse quantità standardizzate, si orienta sempre più sul concetto di "problem solving". Il produttore offre al cliente un articolo che è al tempo stesso sintesi di prodotto e servizio, in quanto rappresenta lo strumento con cui il cliente può risolvere una sua esigenza specifica; il cliente, da parte sua, influenza direttamente l'attività in fabbrica nel momento in cui chiede un prodotto personalizzato rispondente a sue precise richieste. La produzione, dunque, cambia per adattarsi a questo modello: verranno realizzati prodotti specifici per ordini specifici, ogni volta riprogettati.

Per farlo servirà una combinazione di hardware, software e sistemi computerizzati capaci di avvicinare il cliente al produttore, in modo che possano continuamente interagire: le specifiche dettate dal primo verranno recepite dal secondo e la produzione sarà così veramente personalizzata. In sostanza serviranno interfacce intelligenti tra l'uomo e le macchine - il software appunto - per garantire maggiore flessibilità: i diversi macchinari potranno essere così autonomi, integrarsi qualora la produzione lo richieda e infine recepire le esigenze della clientela alla ricerca di una produzione "su misura".

SODDISFARE IL CLIENTE.

Tutto verrà continuamente rimesso in discussione ma senza particolari problemi, in quanto la nuova logica permetterà di accrescere il livello di soddisfazione del consumatore con immediate positive ripercussioni sull'andamento dell'azienda, anche in un periodo difficile.

In quest'ottica anche il tempo, a sua volta, subirà modificazioni: in tempi brevi verranno prodotte piccole quantità di tipi diversi di articoli proprio per assecondare le modificazioni nella produzione determinate dalle crescenti e diverse esigenze della clientela. Termina l'era in cui viene materialmente realizzato quanto necessario a evadere l'ordine di un prodotto già progettato. La fase di ideazione sarà parte integrante del tempo necessario a immettere un articolo sul mercato. Inoltre nulla vieterà che il normale processo produttivo possa essere interrotto per rispondere a immediate - e imprevedute - richieste della clientela.

La logica complessiva, infine, sarà improntata al miglioramento e all'apprendimento continuo, con l'obiettivo della qualità totale: tutti dovranno imparare da ogni esperienza e, sulla scorta di quanto appreso, ridefinire l'azione futura migliorandola, verso livelli crescenti di qualità. Così ogni fattore - l'organizzazione dell'impresa, le risorse umane, le unità produttive, le strategie aziendali - è determinante per il successo dell'azienda del 2000. ■

BOSCH

TECNICA D'AVANGUARDIA PER UNA SMERIGLIATURA PIÙ FACILE



La smerigliatrice angolare **Bosch** GWS 14-125 CE con i suoi 1400 watt di potenza è una delle più potenti minismerigliatrici angolari del mondo. Semplifica, velocizza e migliora i difficili lavori di levigatura, taglio e grossatura.

La regolazione elettronica ed il Constant Elettronico la rendono ideale per i dischi lamellari. La necessaria sicurezza è garantita dalla nuova regolazione rapida della cuffia di protezione con tacca di riferimento e scanalatura di sicurezza assiale. Gli avvolgimenti del campo protetti offrono una protezione efficace del motore contro le polveri abrasive di levigatura, assicurando così una lunga durata. L'insieme di tutti questi vantaggi tecnici ed economici definisce nuovi standard nella tecnica delle smerigliatrici angolari.

Cod. 04.01



IL NUOVO CATALOGO DC, LEADER NELLA MASCHIATURA.



Dal 1940, "DC" realizza prodotti di alta qualità ed occupa una posizione leader nel campo della maschiatura.

La nuova edizione del catalogo "DC" è uno strumento di lavoro eccezionalmente completo quanto a gamma di prodotti trattati e competenza tecnica, in breve tempo è divenuto un punto di riferimento nel campo della maschiatura.

In contro-tendenza con le mode attuali, "DC" propone geometrie di taglio diverse in funzione dei materiali da maschiare.

I risultati che provengono dagli utilizzatori finali premiano la filosofia aziendale "DC". I prodotti "DC" sono distribuiti in Italia da:

Ec.Ma. - Viale A. Doria 8 - 20124 Milano
Tel. 02/6694041 - Fax. 02/6697850

Cod. 04.02

NORTON

BNA: LA RIVOLUZIONE
NELLA TRONCATURA.

Sono troncatore piani grana 36-46 da utilizzare su smerigliatrici angolari tipo AEG, BOSCH, MAKITA (600-1.000 w) in sostituzione alle tradizionali centro depresso da taglio. La particolare tecnologia produttiva permette di realizzare un troncatore sottilissimo conservando la sicurezza di impiego del disco a centro depresso. Le dimensioni più frequentemente impiegate sono $\varnothing 115 \times 1,6 \times 22,2$ e $\varnothing 125 \times 1,6 \times 22,2$ mm.

Solo provando le BNA 12 toccherete con mano la straordinaria differenza rispetto a ciò che state utilizzando oggi. Le BNA 12 hanno una durata da 2 a 10 volte superiore alle tradizionali centro depresso. Chiedete al vostro rivenditore **NORTON** di provare le BNA 12. Le troverete anche in pratici espositori sul punto vendita.

Cod. 04.03



STANLEY

IL CATALOGO



Strumento di successo.

NUOVO CATALOGO ABC:
STA PER USCIRE IL 46.

La **F.lli AMOS & C. Spa** di Cologno Monzese (Mi) sta per presentare sul mercato il nuovo catalogo ABC n. 46, punto di riferimento importante per i rivenditori di strumenti di lavoro professionali, per gli Enti e per gli utilizzatori finali nei più diversi settori dell'industria e dell'artigianato.

La nuova edizione del catalogo ABC è stata ulteriormente migliorata sotto il profilo tecnico e arricchita nel numero e nella tipologia

delle referenze contenute. I migliori marchi mondiali da noi rappresentati garantiscono sulla scelta di qualità da sempre perseguita nella nostra Azienda. I prezzi, chiaramente indicati, consentono al rivenditore una rapida stesura dell'ordine e all'utilizzatore di poter avere la massima libertà di scelta tra le diverse linee di prodotto, oltre che un controllo sulle condizioni ottenute. L'ampiezza e la profondità della gamma dei prodotti contenuti consente al Cliente di limitare le perdite di tempo dovute alla gestione di un gran numero di fornitori. Prenotate una copia del nuovo catalogo ABC n. 46 presso il Vostro rivenditore di fiducia: questo vi garantirà il completo controllo sulla qualità e l'originalità dei prodotti acquistati.

Cod. 04.04

STORE-AGE: LE CASSETTIERE RIVOLUZIONARIE.



Forte di un assortimento di oltre 300 articoli tra cassettiere, contenitori e portautensili, **Terry** presenta oggi Store-Age, la rivoluzionaria linea di cassettiere per il lavoro, la casa ed il tempo libero.

Store-Age è un sistema modulare completo assemblabile e componibile sia in senso orizzontale che verticale tramite pratici elementi di accoppiamento. È dotata di robusta maniglia ergonomica per il trasporto, innovativa e pratica chiusura a scatto brevettata Block-Age e piedini antisdrucchiolo. I prodotti Store-Age possono essere fissati a parete e soprattutto essere utilizzati per l'allestimento degli automezzi.

Cod. 04.05

PROGRAMMA DI UTENSILERIA
PROFESSIONALE.

Stanley è il primo produttore mondiale di utensileria meccanica con impianti produttivi e reti commerciali in tutti i continenti. Oggi l'apertura globale dei mercati consente a Stanley di giocare anche in Italia un ruolo chiave in questo settore.

Stanley presenta sul mercato più di 600 nuovi prodotti che comprendono, tra l'altro: bussole con attacco da 1/4" - 1/2" - 3/8" - 3/4" standard e "impact", bussole con inserti, chiavi a forchetta, combinate e poligonali, set di chiavi e set di bussole. I nuovi prodotti si aggiungono alle linee di cacciaviti, di pinzetteria, di martelli standard e antirimbalzo e di moltissimi altri articoli, già presenti nel catalogo Stanley per gli utilizzatori di questo settore. Alla puntualità nel servizio e garanzia totale sulla qualità, Stanley unisce un prezzo di assoluta convenienza.

Stanley Tools Spa - Via Trieste, 1
22060 Figino Serenza (Co)
Tel. 031/785111 - Fax. 031/781766

Cod. 04.06



ANI 25/AR: PISTOLA SOFFIATRICE ANTIRUMORE DL N° 277/91.

LA LEGGE DEL SILENZIO.

PISTOLA DI SOFFIAGGIO 25/AR. RUMOROSITÀ MASSIMA 80 dB(A)

IMPREGIACQUE S.p.A. - Via G. Cesare, 137 - 20072 CHIAVO (MI) - Tel. 02 444.120888 - Fax 02 444.121513 - Telex 310494 - Telex 310495 - Telex 310496

La legge in questione - D.L. 277 del 15 Agosto 1991 - obbliga costruttori, installatori e datori di lavoro a non produrre, commercializzare oppure utilizzare apparecchiature che abbiano rumorosità superiore agli 85 Db. In particolare, le USL locali controllano assiduamente all'interno dei reparti di lavoro che le pistole di soffiaggio ottemperino a questo obbligo.

La pistola di soffiaggio **ANI 25/AR** antirumore assicura il suo funzionamento fino alla pressione max. di 10 bar con rumorosità entro i termini dettati dalla legge.

La pistola con il corpo in alluminio satinato e nichelato, a partire dal prossimo mese di marzo, sarà equipaggiata standard con la valvola progressiva dell'aria (comandata direttamente dalla leva di azionamento) e risponderà quindi completamente alla Normativa Macchine Europea con l'apposizione del MARCHIO CE.

Cod. 04.07



L'INSERTO QUADRO PER QUADRARE I CONTI.



L'idea che ha portato allo sfruttamento dell'inserto quadro in operazioni di fresatura per spallamenti retti (90°) e spianatura (45°), ha determinato per l'utilizzatore una notevole riduzione dei costi di gestione.

Per questa esigenza la ricerca **IMPERO** ha sviluppato una nuova linea di frese denominata SQ-ECO MILL e GQ-ECO MILL disponibile nei diametri da 16 a 315 mm con attacco Cilindrico, Weldon, Cono Morse ed a manicotto.

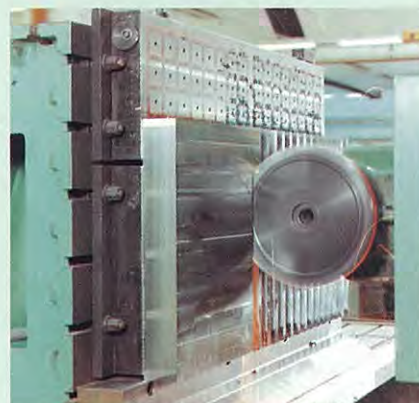
La moderna configurazione dei corpi fresa, i materiali impiegati, lo sfruttamento dell'inserto quadro positivo da 9-12-15 mm disponibile in cinque geometrie, consentono all'utilizzatore di poter lavorare nella massima stabilità a costi di esercizio veramente economici e competitivi con qualsiasi altro tipo di fresa.

Cod. 04.08



SISTEMI MAGNETICI PER SOLLEVAMENTO E ANCORAGGIO.

Tecnomagnet è da oltre 20 anni il leader mondiale nel settore della produzione di sistemi magnetici elettropermanenti per l'ancoraggio ed il sollevamento di pezzi ferrosi. Il circuito elettropermanente Tecnomagnete abbina alla potenza dell'elettromagnete la sicurezza del magnete permanente ed assicura grandi vantaggi



rispetto alle tradizionali soluzioni.

La produzione Tecnomagnete comprende:

- Piani Quadrisistema per lavorazioni pesanti di fresatura, dotati di un sistema di spessorazione automatica del pezzo.
- Piani TDP per rettifiche alta precisione.
- Piani Radial-Pole per tornitura.
- Moduli TEC-Block per ancoraggio piaste porta-pezzo.
- Moduli QUAD-PRESS per il cambio rapido degli stampi su presse ad iniezione materie plastiche.
- Sollevatori a comando manuale estremamente pratici e sicuri per la movimentazione di carichi fino a 2.000 Kg.
- Sollevatori a batteria con radiocomando.
- Sollevatori elettropermanenti per grandi portate ed ideali per la movimentazione di piaste, lamiere, coils e tondi.

Cod. 04.09


**MARTELLINO PERFORATORE
ATLAS COPCO PHE 3.**


Molto potente e versatile, grazie alla forma a L compatta ed il ridotto peso, il martello perforatore **Atlas Copco PHE 3** è un elettrotensile ideale e potente, adatto per forature nel cemento fino a 30 mm di diametro.

La carcassa ingranaggi in metallo completamente isolata garantisce elevata solidità e sicurezza.

La percussione pneumatica a vibrazioni contenute con numero di percussione sotto carico fino a 4000 colpi al minuto permette una rapida progressione di foratura quasi senza forza di pressione.

Grazie al cambio a movimento planetario compatto la percussione pneumatica è maggiormente efficiente.

Il martello perforatore PHE 3 è dotato di: frizione di sicurezza, protezione in caso di blocco dell'utensile; sistema AVS antivibrazione e Softgrip per lavorare in modo meno faticoso; comando di velocità con regolazione continua dell'interruttore; stop percussione per forare normalmente nel legno o metallo; stop della rotazione per scalpellare; attacco SDS-plus; sportello di servizio per una facile sostituzione delle spazzole a carboncino.

Il sistema Variolock permette di fissare lo scalpello in 36 posizioni diverse di scalpellatura.

Cod. 04.10

**NUOVE SEGHE A TAZZA
CON DENTI IN CARBURO.**


Sandvik Saws and Tools ha lanciato una gamma di seghe a tazza con denti in carburo, che offrono eccellenti prestazioni di taglio su materiali abrasivi, come calcestruzzo leggero, mattoni, piastrelle, materie plastiche rinforzate, ardesia e fibra di vetro. Queste seghe hanno dentatura regolare da 4 denti per pollice e placchette in carburo saldate per fusione su ogni dente, molate ad un angolo di taglio positivo di 5°. Lo spazio fra i denti è arrotondato ed ampio per una facile eliminazione dei trucioli.

Le nuove seghe a tazza con denti in carburo sono dotate dello stesso solido attacco presente sui modelli bimetallici reintrodotti di recente. Ciò aumenta la robustezza della sega, che mantiene la sua forma anche in condizioni d'impiego estreme. L'attacco più spesso fa sì che la filettatura del mandrino sia più corta, aumentando la profondità di taglio da 32 a 38 mm. È disponibile una punta pilota speciale con estremità in carburo per migliorare l'efficienza di taglio delle seghe a tazza, utilizzabile con la gamma standard di mandrini e accessori Sandvik.

L'assortimento completo comprende 55 dimensioni, da 14 a 152 mm.

Cod. 04.11

**ASPIRATORE
MODELLO 137.**

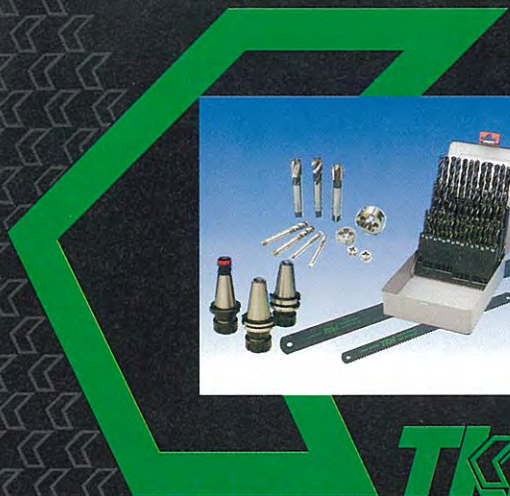

Il modello 137 è particolarmente indicato per tutte le piccole e medie aziende meccaniche in quanto è dotato di un ridotto ingombro e di una eccellente economicità di gestione.

L'aspiratore **CFM 137** è provvisto di notevoli caratteristiche di versatilità, essendo idoneo all'aspirazione di polveri, particelle solide e liquide, ed essendo disponibile nelle versioni con contenitore da 60 e 100 litri e nella versione con filtro assoluto.

La sua notevole potenza aspirante, ottenuta con l'impiego di 3 motori da 1.000 Watt ciascuno, fornisce valori di 2.150 mm. H²O come depressione e di 8.200 litri/minuto come portata d'aria, prestazioni garantite grazie all'uso di un filtro stellare in poliestere di 19.500 cm² di superficie. Queste caratteristiche forniscono un'idea precisa dell'ottimo rapporto qualità-prezzo del modello 137, che si pone come l'aspiratore ideale per gli usi più diversi dell'utenza meccanica.

CFM Lombardia Srl
Via T. Tasso, 38 - 20025 Legnano (Mi)
Tel. 0331/549868 - Fax 0331/542250

Cod. 04.12



TKN[®]



TKN[®]



TKN[®] **MAG-LINE**



TKN[®] **CHEM**

TKN[®]

TKN è un marchio distribuito in esclusiva dalle Utensilerie del Consorzio Distributori Utensili





IL FORNITORE CONSULENTE.

I rapporti tra fornitori e clienti sono ad una svolta storica: la qualità del servizio è oggi una caratteristica imprescindibile, ma non più l'unico fattore determinante per ottenere il successo. Paradossalmente proprio oggi, in un'epoca in cui l'automazione sembra avere il sopravvento sull'uomo, la qualità della relazione con il cliente ha assunto una rilevanza chiave nella vendita.

È finita l'epoca ben delineata dal famoso slogan con il quale Henry Ford lanciò le sue prime vetture: "Potete scegliere il colore purché sia nero". Il mercato oggi richiede una esasperata personalizzazione del prodotto/servizio che desidera, mettendo al centro del processo di acquisto i suoi bisogni. Per questa ragione le esigenze del cliente devono stare al centro del processo di vendita.

È questo, in sintesi, il messaggio che è risuonato più volte in occasione della recente Convention annuale

della forza vendita delle 22 utensilerie consorziate al Consorzio Distributori Utensili CDU, che ha visto riuniti oltre 140 tra agenti e addetti alle vendite nella sala convegni dell'Hotel Novotel di Milano.

CDU: UNA REALTÀ UNICA NEL PANORAMA ITALIANO.

Una iniziativa di grande richiamo ed interesse. Innanzitutto perché è servita a fare il punto sull'attività complessiva del Consorzio, realtà del settore distributivo giunta ormai al suo quarto anno di vita ed impostasi all'attenzione delle aziende costruttrici di utensili e prodotti tecnici per l'industria e la manutenzione.

Non potrebbe essere altrimenti, in considerazione della rilevanza che il Consorzio CDU si è conquistato soprattutto nel Centro-nord Italia, dove hanno sede le 22 utensilerie consorziate, che contano su trenta punti vendita qualificati e oltre 36 mila clienti, per un fatturato complessivo che raggiunge i 260 Miliardi di Lire.

Ma la annuale Convention CDU ha offerto soprattutto l'opportunità per un approfondimento delle nuove caratteristiche che sempre più oggi assume il rapporto di servizio al cliente, una delle prerogative che contraddistingue le utensilerie consorziate.

IL NUOVO RAPPORTO CON IL CLIENTE.

Dapprima è stato Paolo Pagni, apprezzato consulente nella formazione alla vendita, a compiere una attenta analisi del processo di trasformazione in atto nel rapporto tra fornitore e cliente

"In un certo senso, - ha sottolineato - la vendita è oggi completamente terziarizzata: ogni vendita è consulenza. Il prodotto è un accidente che risolve un problema, mentre di fatto ciò che si sta offrendo al cliente è la risoluzione di questo problema che gli sta particolarmente a cuore o che magari non percepisce ancora".

Di qui il profondo cambiamento di ruo-

TKN: IL SUCCESSO DI UN MARCHIO.

Nel corso della annuale Convention CDU sono stati anche illustrati con particolare attenzione gli articoli che compongono le ormai numerose linee di prodotto a marchio **TKN**, commercializzati in esclusiva dalle utensilerie consorziate:

- **TKN Cutting Tools:** maschi e filiere - punte elicoidali e lame da taglio
- **TKN Chem:** prodotti chimici tecnici
- **TKN Mag-Line:** arredamento industriale
- **TKN Weld:** dischi abrasivi e filo da saldatura

Tutti i prodotti **TKN** si caratterizzano per l'elevato rapporto qualità/prestazioni/prezzo: una prerogativa che ha permesso in poco tempo al marchio **TKN** di affermarsi sul mercato e di conquistare elevati consensi da parte degli utilizzatori professionali.

CONVENTION & FIERE



Paolo Pugni

lo del venditore: non più solo quello del "solutore di problemi", ma anche quello di chi aiuta il cliente a rendersi conto delle aree di miglioramento per permettergli di realizzare con maggiore efficacia il suo lavoro.

Da un lato è dunque necessario fare un continuo sforzo in direzione di livelli ulteriori di qualità, in quanto ciò che viene oggi considerato un "plus" del prodotto domani potrebbe essere già "standard". Ma è soprattutto necessario che la qualità non sia più limitata al prodotto, ma che divenga una caratteristica imprescindibile del fornitore, vale a dire la sua capacità a proporsi come partner del cliente.

OBBIETTIVO: PARTNERSHIP.

Il nuovo tipo di rapporto fornitore-cliente richiesto oggi dal mercato è perciò quello della partnership: "Essere *partner* - ha spiegato Pugni - significa essere soprattutto consulente e alleato a lungo termine del proprio cliente".

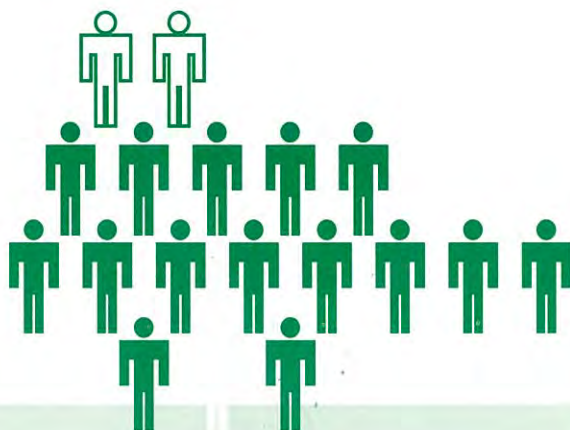
Tale alleanza diventa strategica in quanto tende ad affermarsi la prassi



Franco Di Giorgio

di delegare all'esterno la risoluzione di problemi che originariamente venivano gestiti all'interno dell'azienda, per meglio sfruttare le qualità e le capacità di chi è fuori una determinata struttura. Ecco che allora il fornitore può fare molto di più che individuare la soluzione al problema specifico: può cioè aiutare il cliente ad individuare quali sono le sue aree di miglioramento per proporgli soluzioni che rendano il suo lavoro più efficace ed economicamente vantaggioso.

"Sarà allora il cliente - ha concluso Pugni - ad investire nel fornitore e nelle soluzioni che lui è in grado di proporre perché avrà finalmente trovato l'interlocutore privilegiato e la persona su cui fare affidamento". Certo, è necessario a tal fine che il fornitore sappia gestire correttamente il rapporto, anche sotto il profilo della comunicazione. Un compito che richiede, come ha evidenziato Franco Di Giorgio, esperto in comunicazione, innanzitutto una grande capacità di ascolto e di comprensione delle esigenze del cliente. Proprio l'ascolto, infatti, è alla base del successo di una relazione commerciale, che è innanzitutto un rapporto interpersonale. ■



APPUNTAMENTI

19/02/97 - 22/02/97 - Bologna - Italia
Smi 97 - Mostra sulla manutenzione di impianti industriali

Marzo 97 - Chicago - USA
Metalform

4/03/97 - 7/03/97 - Budapest - Ungheria
Mach-Tech

11/03/97 - 14/03/97 - Città del Messico - Messico
Expo Metalnex

13/03/97 - 19/03/97 - Hannover - Germania
Cebit

21/03/97 - 24/03/97 - Hong Kong
Linkin

8/04/97 - 11/04/97 - Zurigo - Svizzera
Industrial Handling

14/04/97 - 19/04/97 - Hannover - Germania
Hannover Messe Industry

22/04/97 - 24/04/97 - Rosemont/Chicago - USA
QE - Quality Expo

22/04/97 - 25/04/97 - Sinsheim - Germania
Control

22/04/97 - 28/04/97 - Pechino - Cina
Cimt

23/04/97 - 26/04/97 - Tokio - Giappone
Sheet Metal Japan

5/05/97 - 10/05/97 - San Paolo - Brasile
Feimafe

STANLEY®

