



Consorzio Distributori Utensili

Comitene IP

SPAZIO TECNICO

In questo numero
Speciale: Arredamento industriale



Periodico di informazione del
Consorzio Distributori Utensili CDU

Anno 15 - Numero 41
Marzo 2010

Spedizione in abb. post. 70% filiale di Milano
Editore: Consorzio CDU
Sede Legale: Via Rugabella, 1 Milano
Sede Operativa: Via delle Gerole, 19 Caponago
Redazione e coordinamento:
Bianchi Errepi Associati srl
0341/284861 - Lecco - Via Pescatori
Direttore responsabile: Giorgio Cortella
Stampa: Grafiche Mazzucchelli Spa Seriate (Bg)
Autorizzazione del Tribunale di Lecco
n. 3136 del 21/09/95 (n.9/95 reg.per.)

Abbiamo aggiunto un po' di colore alla fredda perfezione.

GEMAX

Pagina 16

LA PERFEZIONE ITALIANA

PISTOLA DEKOR

... I DETTAGLI

Pagina 20

tellure Rôta

Pagina 19

IL NUOVO BARREDDATORE MAGNETICO AD AZIONE COMPRESA PER TUTTE LE MACCHINE (UTENSILI E DA LAVORO).

TURBO ICE

Pagina 2

Timberland PRO SERIES

Pagina 17

PERSONALIZZAZIONE - DESIGN - QUALITÀ

SPERIAN

Pagina 28

IL NUOVO RAFFREDDATORE MAGNETICO AD ARIA COMPRESSA, PER TUTTE LE MACCHINE UTENSILI E DA LAVORO.

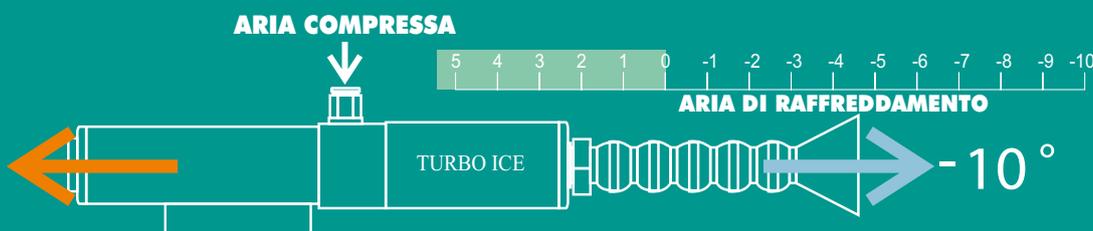
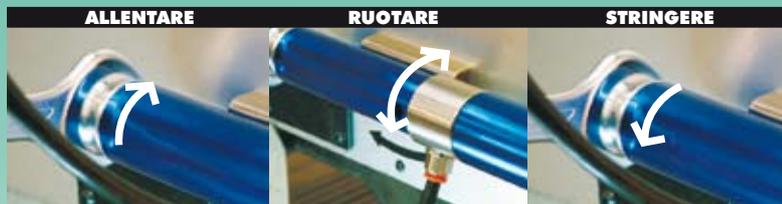


RAFFREDDA L'UTENSILE E LE PARTI DI CONTATTO
 ELIMINA I COSTI DEGLI OLI DA LUBRIFICAZIONE E TAGLIO
 RIDUCE I COSTI DI SMALTIMENTO DEGLI OLI
 MIGLIORA L'IGIENE DELL'AMBIENTE DI LAVORO
 AUMENTA LA PRODUTTIVITÀ
 ALLUNGA LA VITA DEGLI UTENSILI
 PULISCE L'AREA DI LAVORO E GLI UTENSILI DAGLI SCARTI
 NON NECESSITA DI MANUTENZIONE
 CARATTERISTICHE DI RAFFREDDAMENTO PRE-REGOLATE
 FUNZIONAMENTO SILENZIOSO ED EFFICIENTE
 FISSAGGIO MAGNETICO SU OGNI MACCHINA
 UTILIZZO UNIVERSALE SENZA LIMITI
 SENZA ELETTRICITÀ NE REFRIGERANTI
 MINIMO INGOMBRO E MASSIMA RESA
 SENZA ELETTRICITÀ NE REFRIGERANTI

TURBO ICE

RETTIFICA
 AFFILATURA
 LAMINAZIONE
 TORNITURA
 FRESATURA
 FORATURA
 TAGLIO
 RAFFREDDAMENTO

INNESTO DELL'ARIA COMPRESSA RUOTABILE A 270 GRADI





ZOOM

Pag. 04

**Speciale Arredamento industriale
Quando in officina occorre mettere ordine**

Serve abbinare qualità, innovazione e servizio: soluzioni e non soltanto prodotti.



MEETING

Pag. 08

Hannover Messe 2010

Nove focus sulla tecnologia del futuro, dall'automazione industriale alle nanotecnologie. L'attenzione all'efficienza energetica il comun denominatore.



MEETING

Pag. 09

Wire 2010

A Düsseldorf il meglio dell'industria del filo metallico.



FOCUS

Pag. 10

Made in Italy: dal tessile nuovi scenari per il manifatturiero

La legge sul "Made in Italy" è il primo esempio di concreta tutela della produzione italiana: un'esigenza che si impone per evitare contraffazioni e, soprattutto, difendere il valore aggiunto della nostra industria.



L'INTERVISTA

Pag. 12

La cultura tecnica: un bene che la scuola deve promuovere

Intervista ad Alberto Barcella, presidente della Commissione Scuola e Formazione di Confindustria.



LA VETRINA DELLE NOVITÀ

Pag. 17

Le ultime interessanti proposte dal mercato



UTILITÀ

Pag. 21

Web 2.0: quando saper ascoltare è determinante

Per poter dialogare con i propri clienti occorre conoscere e considerare le loro caratteristiche, i loro bisogni e i loro orientamenti.



TREND

Pag. 24

**Macchine utensili e meccanica:
tra le imprese si respira la voglia di reagire**

Dopo il 2009, annus horribilis, l'intero comparto cerca soluzioni per rispondere attivamente alla crisi economica.

QUANDO IN OFFICINA OCCORRE METTERE ORDINE

Il processo di razionalizzazione del mercato dei produttori ha fatto emergere, a fianco dei marchi storici del settore, alcune realtà nazionali di grande interesse. Serve abbinare qualità, innovazione e servizio: soluzioni e non soltanto prodotti.



TUTTI I VANTAGGI DI UN'AZIENDA ORDINATA

È un investimento che, soprattutto se affrontato in modo strutturale, richiede alle imprese un certo sforzo economico. Ma è altrettanto evidente che, soprattutto da quando la certificazione di qualità aziendale è diventata un "must" da cui non si può prescindere per affrontare la sfida del mercato, l'ordine in officina è un requisito indispensabile. Anche perché, facendo ordine, si ottengono importanti ritorni economici, in termini di riduzione dei tempi nel processo di produzione, oltre che vantaggi legati alla maggior sicurezza per chi opera in stabilimento.

Così l'arredamento industriale, nonostante la crisi che pure nel corso del 2009 ha toccato un po' tutti i settori del manifatturiero, continua a rappresentare la risposta ad un'esigenza con cui ogni impresa deve, prima o poi, fare i conti. Un investimento, quindi, che, seppur destinato a dare i propri frutti nel medio termine, può essere magari posticipato nel tempo ma richiede di essere affrontato.

SI SONO RAFFORZATI I MARCHI STORICI

Il mercato, da parte sua, le sue scelte le ha nel frattempo fatte. Sono spariti – o

comunque si sono fortemente ridotti nel numero – i piccoli produttori locali, la cui offerta, contenuta per referenze e limitata per tipologie e accessoristica, si è rivelata nei fatti inadeguata per le esigenze delle aziende. La nicchia, in questo caso, soprattutto se indirizzata a prodotti con scarso valore aggiunto e in ridotte quantità, ha dimostrato di non pagare.

Si sono invece rafforzati i grandi marchi, in grado di proporre, più ancora che un catalogo di prodotti, soluzioni chiavi in mano e personalizzate per le differenti realtà industriali. Si è affermata, in altri termini, la logica di un prodotto ad alto valore aggiunto, dove la differenza la fa la modularità, le rifiniture ma soprattutto

il servizio, ovvero la capacità di analizzare un contesto ed allestire una proposta che risolva complessivamente le esigenze aziendali, proponendosi come "problem-solver". Tante referenze, vasto assortimento, possibilità di combinazioni su misura e con elevato grado di personalizzazione, scalabilità e integrabilità nel tempo.

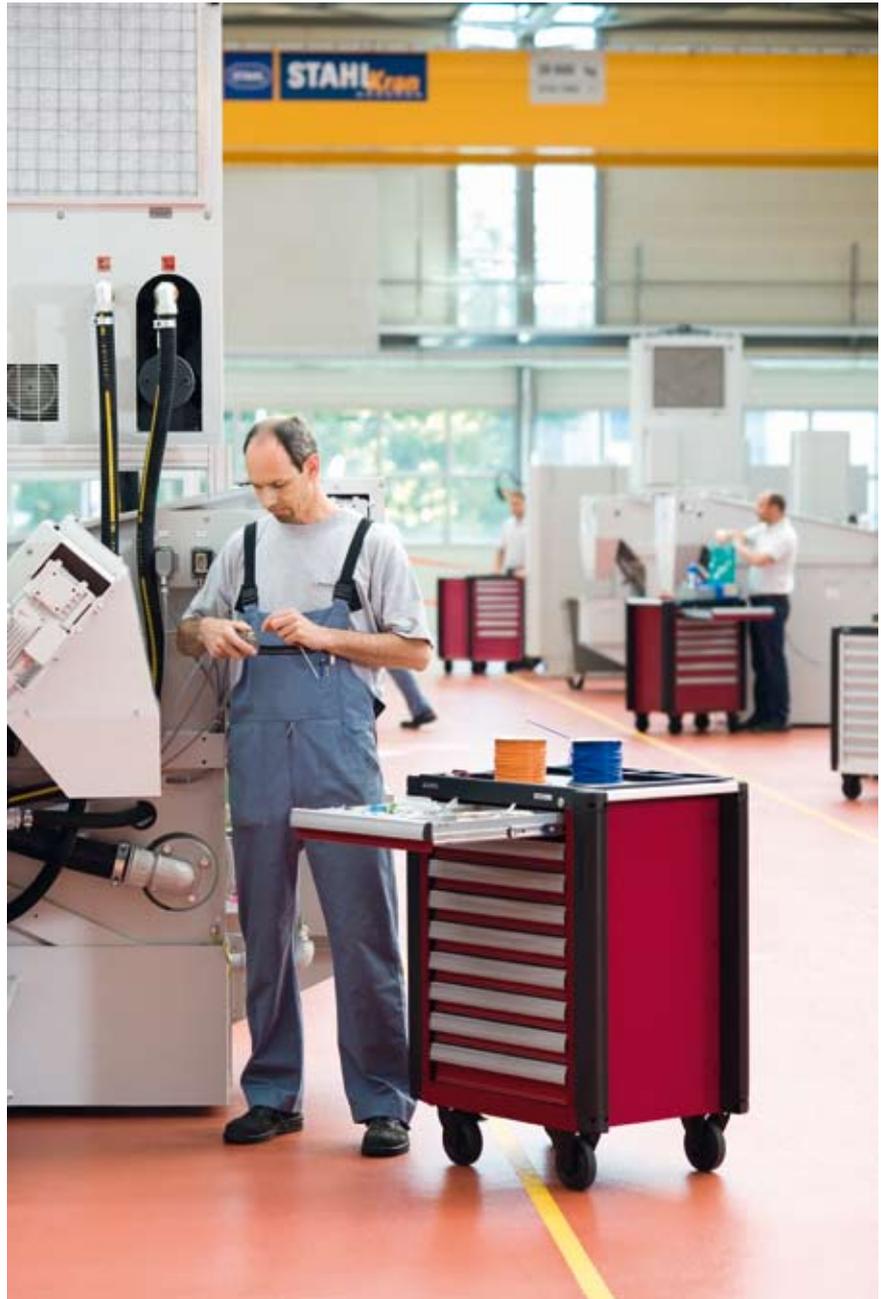
È il caso, per esempio, di Lista Italia, filiale italiana della svizzera Lista, specializzata nella produzione di cassettiere, banchi lavoro, armadi, scaffali a cassette e ripiani, armadi compattabili e magazzini automatici in grado di risolvere tutti i problemi di immagazzinamento, trasporto, gestione e controllo di pezzi di ogni dimensione.

LISTA: QUALITÀ ALTOP E INNOVAZIONE CONTINUA

Leader mondiale negli USA e player di primo piano in Europa, in Italia Lista ha conquistato un'ampia fetta di mercato proprio grazie alla ampiezza di gamma di soluzioni, oltre che all'elevato livello di qualità e sicurezza raggiunto per tutti i suoi prodotti, assicurato dalla garanzia di 10 anni e dal marchio GS-TÜV.

Caratterizzati da un continuo processo di miglioramento e sviluppo che li rende unici nelle prestazioni e sempre in sintonia con l'evolversi delle più specifiche esigenze professionali, i prodotti Lista hanno fatto della qualità costruttiva e dell'ineguagliata robustezza, che significano durata ed efficienza costante negli anni, uno dei loro più importanti punti di forza, insieme alla ricerca della compatibilità tra aggiornamenti successivi. Proprio la scelta strategica di Lista di posizionarsi ai più alti livelli di qualità e di investire sistematicamente nello sviluppo e nel miglioramento dei propri prodotti si è rivelata l'arma vincente per fronteggiare e superare questo periodo di crisi.

Nella direzione della massima personalizzazione delle soluzioni nel rispetto delle esigenze più specifiche, in particolare Lista propone una gamma articolata e modulare di banchi da lavoro. Individuata la dimensione del piano, scelta la finitura tra multiplex, faggio, urphene, laminato o acciaio, è infatti possibile completare la postazione con armadi a cassette, cassettiere sospese, paretine



posteriori attrezzate ed una vasta gamma di accessori.

CASSETTIERE E SISTEMI DI CHIUSURA

Cuore dei sistemi di archiviazione Lista sono poi le cassettiere. Le pareti ed il fondo sono realizzati mediante pressatura da un unico pezzo di lamiera d'acciaio pregiato; hanno una altezza che varia da 50 a 300 mm e sono sempre montati su guide ad estrazione totale. È possibile scegliere, secondo le proprie necessità, tra cassette con portata di 75 o 200 Kg.

Grazie alle innovative maniglie con co-

pertura trasparente e alle etichette personalizzabili con lo specifico software di etichettatura Lista, i cassettei possono essere individuati in modo sistematico, ordinato e preciso. Gli accessori di suddivisione consentono sempre lo sfruttamento più razionale per ogni tipo di materiale.

Infine, Lista ha sviluppato una gamma di sistemi di chiusura che soddisfano livelli crescenti di sicurezza, consentendo di personalizzare gli accessi e rendere i propri sistemi di archivio adatti ad ogni situazione lavorativa.

Particolare interesse riveste la soluzione "Code Lock", in cui la chiave è sostituita da una combinazione, da comporre mediante una tastierina elettronica. Con un



codice master è possibile programmare, per ogni contenitore, fino a 20 codici individuali riconosciuti contemporaneamente. Funziona a batterie ed è indipendente dalla rete elettrica.

Remote Lock e Remote Lock Mobile sono invece sistemi elettronici di chiusura dotati di radiocomandi manuali: lo sbloccaggio avviene per mezzo di un impulso radio. Le autorizzazioni di accesso vengono assegnate tramite una chiave di programmazione. È inoltre possibile legare tra loro due o più armadi prevedendo una chiusura individuale o simultanea. Il sistema Remote Lock viene collegato alla rete elettrica, mentre il dispositivo Remote Lock Mobile dispone di un accumulatore per applicarlo ad armadi amovibili.

MG MAGRINI: UN MARCHIO ITALIANO DI SUCCESSO

Tra le aziende italiane che hanno conquistato in questi anni un posto di rilievo, senza dubbio si colloca la MG Magrini,

azienda toscana fornitrice convenzionata delle Utensilerie CDU, in forte crescita sullo scenario nazionale. In questo caso, il corretto mix tra qualità, gamma e prezzo può considerarsi l'elemento alla base dei buoni risultati conseguiti, al di là della crisi.

MG Magrini ha infatti in questi anni investito molto nell'ampliamento della gamma e della proposta. Per esempio è stata tra le prime a credere nel settore dell'ecologia: un modo concreto, questo, di offrire nuovi servizi, sollecitando una domanda che spesso, se non fatta nascere dalle Istituzioni, è latitante.

In tal senso è stata sviluppata una serie di contenitori portafusti per oli e armadi per articoli chimici pericolosi, dotati di vasche di raccolta e un sistema di aspirazione interno a carboni attivi computerizzato. La Linea sistemi per l'ecologia, che oggi si presenta estremamente completa, si è arricchita recentemente, in particolare, di un armadio ignifugo progettato e realizzato, in accordo con le vigenti normative, per proteggere dal fuoco con una resistenza di 90 minuti. Altro settore nel quale si è indirizzato l'impegno della MG Magrini è stato quello dell'archiviazione. In questo caso è stata introdotta una nuova linea di prodotti componibili, rivolti al settore ufficio, che permettono, grazie alla qualità e alla gamma dimensionale, di organizzare con flessibilità ed armonia lo spazio operativo, risolvendo numerosi problemi. Infine è stata ulteriormente migliorata la ormai consolidata linea portautensili, grazie all'innovazione del progetto produttivo, con tolleranze sempre più ristrette, e con finiture più accurate, oltre che ad un ampliamento della gamma.

Tutte queste novità trovano ampia presentazione nel nuovo catalogo 2009, che contiene una gamma estremamente ampia di proposte e soluzioni per l'industria, con un'attenzione estrema al livello qualitativo dei prodotti che possiamo oggi collocare alla pari di aziende internazionali che hanno fatto la storia di questo settore. Anche per l'azienda toscana, infatti, la qualità da un lato e la capacità di servizio dall'altro sono i due soli fattori competitivi che consentono a chi opera nel settore di reggere alla concorrenza di prezzo, che proviene dai nuovi mercati cinese ed indiano. Servizio, che significa innanzitutto offrire sempre nuove opportunità che risolvono problemi ed anticipano le esigenze delle aziende.

TERRY STORE-AGE: CASSETTIERE E CONTENITORI

È il polipropilene, oltre al polistirolo, il motore della produzione di Terry Store-Age, azienda milanese con una storia di quasi 60 anni. Cuore dell'offerta per il settore professionale sono le cassettiere e i contenitori, di cui viene presentata un'offerta davvero ampia e diversificata all'insegna della modularità: Poker, Vision, Nova, Servo tra le cassettiere; Unionbox ed Ecobox tra i contenitori. Si tratta di prodotti che vengono tipicamente utilizzati in ambito industriale per allestire magazzini di stoccaggio per prodotti di piccole dimensioni, sfruttando pareti o scaffalature fino ad ottenere sistemi modulari che si integrano e sviluppano nel tempo.



TKN MAG-LINE: IL GIUSTO CONNUBIO QUALITÀ/PREZZO

Anche nel settore arredamento industriale, le utensilerie associate al Consorzio Distributori Utensili CDU possono contare su una propria linea di prodotti venduti in esclusiva: è la linea TKN MAG LINE.

Essa si compone dei principali articoli di arredamento che rispondono alle esigenze più diffuse nell'ambito di un'officina meccanica di piccole-medie dimensioni. Armadi a cassetti; carrelli porta-attrezzature con i relativi supporti per frese, boccole e mandrini; banchi da lavoro fissi e mobili con piano in faggio o in lamiera metallica; cassettiere; pannelli portautensili; banchi da montaggio; armadi portaminuterie e scaffali portaviterie; armadi con ante scorrevoli; armadi spogliatoio; armadi e carrelli di servizio. La linea comprende anche contenitori per fusti olio e contenitori industriali.

Recentemente la linea si è arricchita di un nuovo carrello porta utensil composto da 6 cassette con portata kg.40 cad. così assortiti: 2 cassette per tipo con altezza frontale h. 75 -100-150, tutti montati su guide telescopiche a sfera e sistema che consente l'apertura di un solo cassetto alla volta, per evitare il ribaltamento del carrello.

La dimensione interna dei cassette mm 588x410 consente di poter inserire i più diffusi termoformati con sedi di utensili manuali. Ogni cassetto può essere accessorato, su richiesta, da coppie di sponde e divisori in acciaio zincato con le altezze variabili in funzione del cassetto da 75-100-150; sempre su richiesta si possono avere dei tappetini di protezione in gomma espansa per il fondo dei cassette.

Il carrello TKN MAG-LINE viene fornito con il top della vasca piano di appoggio in abs nero, maniglia per movimentazione, ruote diametro 100 mm. 2 girevoli, di cui una con freno di sicurezza, 2 fisse.

Le dimensioni totali del carrello sono le seguenti: larghezza 735 mm profondità 470 mm per un'altezza di 895 mm.



STANLEY: CARRELLI PORTA UTENSILI

Stanley è il marchio in grado di offrire la più specifica e completa proposta per quanto riguarda le cassette e i carrelli porta utensili: non è un caso che proprio Stanley sia stata l'azienda che ha di fatto inventato questo particolare prodotto, costituito da un carrello con ruote, da collocare proprio a fianco del posto di lavoro.

Una sorta di "uovo di Colombo" che è stato poi negli anni ulteriormente svi-

luppato, con l'obiettivo di accrescere i volumi che potevano essere trasportati e migliorarne la funzionalità.

Dai primi modelli in plastica, successivamente Stanley è passata al metallo e al polipropilene: in questo modo, grazie alla struttura più resistente e stabile e alle ruote più grandi, si è potuto accrescere anche la capienza.

Grande l'attenzione per il design di questi prodotti. Due i nuovi modelli propo-

sti al mercato, entrambi composti da cassetta superiore, cassetto ed ampia base. La cassetta superiore, con coperchio scanalato e vaschetta estraibile, è separabile con la semplice pressione di un bottone. Il cassetto ha guide in acciaio con cuscinetti a sfera, per uno scorrimento morbido e una grande capacità di carico. La base e il cassetto si aprono con facilità, formando una postazione di lavoro.



HANNOVER MESSE 2010: ITALIA PROTAGONISTA

Nove focus sulla tecnologia del futuro, dall'automazione industriale alle nanotecnologie. L'attenzione all'efficienza energetica il comun denominatore.



Sarà proprio il nostro Paese la nazione partner per l'edizione 2010 di Hannover Messe, importante appuntamento internazionale con la tecnologia industriale, in programma dal 19 al 23 aprile.

Hannover Messe avrà il compito di fotografare e presentare innovazioni, nuove direzioni di sviluppo e tecnologie, nuovi materiali per il mondo dell'industria. Tre le parole chiave che contraddistinguono l'edizione che sta per prendere il via, e che ne costituiranno il motto: efficienza, innovazione e sostenibilità.

Tre temi, quindi, che saranno declinati in tutti gli ambiti che Hannover Messe riunisce, dall'energia, alla mobilità, all'automazione e subfornitura.

Si replica infatti la consolidata formula multi-focus, che prevede più filoni dedicati all'approfondimento dei temi chiave presentati. Quest'anno sono in programma nove saloni: Industrial Automation, Energy, Power Plant Technology, MobiliTec, Digital Factory, Industrial Supply, CoilTechnica, MicroNanoTec, Research & Technology.

Tra questi due debutteranno proprio nell'edizione 2010: MobiliTec, focalizzato sull'ambito sempre più attuale della mobilità elettrica, e CoilTechnica, che a cadenza biennale presenterà le innovazioni nel campo delle tecnologie per la manifattura dell'avvolgimento a bobina, dei trasformatori e dei motori elettrici.

Il tradizionale salone Subcontracting lascia invece il posto a Industrial Supply, che si focalizzerà soprattutto sulle costruzioni di peso leggero e continuerà a presentare materiali, componenti e sistemi per l'industria dell'automobile, meccanica e impiantistica e a costituire un importante punto di incontro tra gli attori dell'intera filiera.

Ricca di novità sarà anche MicroNanoTec, la fiera di settore per la nanotecnologia e microtecnologia, che si rivolgerà ad un più ampio spettro di utenti, tra ingegneri, decision-makers e utilizzatori finali: al centro del dibattito sarà il ruolo di queste tecnologie innovative nello sviluppo dei nuovi prodotti e il loro impatto sull'industria.

A fare da comune denominatore tra i nove appuntamenti sarà una particolare attenzione all'efficienza energetica, al centro anche di molti dei seminari e convegni in programma. Il calendario di eventi collaterali è stato infatti strutturato per consentire lo scambio di conoscenza al massimo livello tra i rappresentanti dei diversi settori industriali coinvolti, e prevede anche vere e proprie "lezioni pratiche" frutto dello studio delle applicazioni industriali. Ne è un esempio il World Energy Dialogue, in cui esperti di tutto il mondo si riuniranno per



Cerimonia ufficiale della firma che sancisce il ruolo dell'Italia quale partner ufficiale dell'edizione 2010: da sinistra l'ambasciatore della Germania Michael Steiner, il Vice-presidente senior di Deutsche Messe AG Wolfgang Pech, il Ministro italiano per lo Sviluppo economico Adolfo Urso e Umberto Vattani, Presidente dell' I.C.E..

discutere insieme le ultime soluzioni per la generazione e la distribuzione di energia.

Tra gli altri eventi in programma, torna anche per la quarta volta TectoYou, un'iniziativa rivolta ai più giovani, per incentivarli ad avvicinarsi al mondo dell'ingegneria e di altri percorsi di studio tecnici: visite guidate, colloqui con professionisti e docenti e la possibilità di toccare con mano le possibili applicazioni di questi studi concorrono all'obiettivo di ispirare i giovani studenti ad intraprendere questo percorso.

Nel corso della cerimonia di apertura di Hannover Messe 2010 sarà inoltre presentata l'edizione annuale dell'Hermes Award, che mette in palio 100.000 Euro per premiare le applicazioni industriali più innovative, che già hanno dimostrato il loro valore all'atto pratico.



IN VETRINA

WIRE: A DÜSSELDORF IL MEGLIO DELL'INDUSTRIA DEL FILO METALLICO

In programma dal 12 al 16 aprile, la manifestazione è in continua crescita.

Dodicesima edizione per Wire, la fiera internazionale dedicata all'industria dei cavi e dei fili metallici, ospitata a Düsseldorf a cadenza biennale.

Wire sarà in scena dal 12 al 16 aprile, in contemporanea con Tube, manifestazione che invece presenta le ultime innovazioni nell'industria dei tubi, anche in virtù delle molte possibilità di dialogo tra queste due industrie, che negli ultimi anni hanno dimostrato un forte potenziale di crescita.

L'edizione 2008 di Wire si era chiusa con risultati estremamente positivi, soprattutto per quanto riguarda il livello di partecipazione: i visitatori registrati sono stati il 18% in più rispetto alla precedente edizione. Non solo, sei visitatori su dieci provenivano dall'estero, confermando così la forte vocazione internazionale di questo evento.

La gamma dei prodotti esposti sarà ancora una volta focalizzata sulle tecnologie più all'avanguardia del settore, che comprende anche la manifattura di molle e la formazione dei metalli, così come coinvolge l'intera filiera di lavorazione del filo metallico e dei cavi. Saranno presenti macchine per la produzione del filo e per la finitura, attrezzature, materiali ausiliari per l'ingegneria di processo e materiali e cavi speciali. Ancora, saranno esposte le ultime innovazioni in materia di misurazione e controllo e di test engineering. Aree speciali saranno dedicate alla logistica, ai sistemi di trasporto e al packaging.

L'industria del filo e dei cavi, che può contare su un vastissimo campo di applicazioni, sta rivelando un ulteriore potenziale di crescita - nonostante il difficile periodo economico - grazie alle sempre nuove sfide che è chiamata ad affrontare: per questo motivo tra i temi che stanno guadagnando la ribalta del settore sono in prima linea l'attenzione al risparmio di energia e materie prime, la riduzione dei rifiuti prodotti, l'estrema flessibilità per modellarsi sulle specifiche e sui diversi standard richiesti, la facilità d'uso delle macchine, anche da parte di operatori non specializzati. Proprio questi temi saranno all'ordine del giorno di Wire, che si propone di essere non solo una vetrina del settore, ma anche una piattaforma di incontro tra i suoi rappresentanti e l'occasione per fare il punto sull'andamento e sullo sviluppo del mercato.

DAL TESSILE NUOVI SCENARI PER IL MANIFATTURIERO

La legge sul "Made in Italy" è il primo esempio di concreta tutela della produzione italiana: un'esigenza che si impone per evitare contraffazioni e, soprattutto, difendere il valore aggiunto della nostra industria.

DA ORIGINI UMILI AL LUSSO PIÙ ESCLUSIVO

Oggi "Made in Italy" è sinonimo di un prodotto ricercato, curato nei dettagli e spesso dal design esclusivo. I prodotti italiani all'estero si sono infatti guadagnati una fama tale da costituire spesso una categoria a sé, nel design così come nella moda e nell'agroalimentare; il manifatturiero italiano, in generale, è diventato garanzia di qualità, tanto che il marchio "Made in Italy" è stato oggetto di recenti battaglie legislative per la sua tutela, dentro e fuori i confini nazionali. Non altrettanto nobili sono le origini di questa dicitura, che è nata cinquant'anni fa per imposizione degli importatori tedeschi e francesi di prodotti tessili e calzaturieri italiani, con l'obiettivo di indicare ai consumatori dei propri Paesi che un prodotto non era stato realizzato nelle proprie nazioni: quasi un "Not made in France" dunque, più che un valore aggiunto da mostrare con orgoglio.

LE RIVENDICAZIONI DEL TESSILE

Da allora, molta strada è stata fatta, e paradossalmente è stato proprio il comparto del tessile a condurre in prima linea la battaglia per un utilizzo trasparente del marchio, culminata con l'approvazione alla Camera, avvenuta lo scorso dicembre, del disegno di legge Reguzoni-Versace-Calearo.

Obiettivo del disegno di legge è istituire un sistema di etichettatura obbligatoria nell'abbigliamento, nell'arredo casa, nella pelletteria e nel calzaturiero, che evidenzii il luogo di origine di ciascuna fase di lavorazione e assicuri la tracciabilità dei prodotti, garantendo così la massima trasparenza nei confronti dei

I SETTORI CHIAVE DEL MADE IN ITALY

DATI IN MILIONI DI EURO		2007	2008	variazione
CALZATURE	EXPORT	6.880	6.915	+0,50%
	IMPORT	3.202	3.350	+4,62%
ARREDAMENTO	EXPORT	12.054	11.896	-1,3%
	IMPORT	2.735	2.740	+0,2%
PRODOTTI DI LEGNO	EXPORT	1.660	1.542	-7,1%
	IMPORT	4.740	4.093	-13,6%
TESSILE - MODA	EXPORT	28.070	27.775	-1,1%
	IMPORT	17.912	17.774	-0,8%

consumatori.

Per potersi fregiare della dicitura "Made in Italy" l'azienda produttrice dovrà sottostare a precise regole, ovvero dimostrare di avvalersi di una filiera con sede in Italia o di mantenere sul territorio nazionale almeno due passaggi produttivi.

UN'ETICHETTA CHIARA E TRASPARENTE

La legge stabilisce inoltre, a ulteriore tutela del consumatore, che nell'etichetta di ciascun prodotto marcato "Made in Italy" vengano fornite in modo chiaro informazioni specifiche sulla conformità dei processi di lavorazione alle norme

Obiettivo del disegno di legge è istituire un sistema di etichettatura obbligatoria nell'abbigliamento, nell'arredo casa, nella pelletteria e nel calzaturiero, che evidenzii il luogo di origine di ciascuna fase di lavorazione e assicuri la tracciabilità dei prodotti, garantendo così la massima trasparenza nei confronti dei consumatori. All'impresa è richiesta una sede in Italia o almeno il mantenimento di due passaggi produttivi nel Paese.



in materia di lavoro, sulla certificazione di igiene e di sicurezza, sull'esclusione dell'impiego di minori nella produzione, sul rispetto della normativa ambientale europea e internazionale.

Con queste nuove regole l'indicazione "Made in Italy" diventa qualcosa di più che una generica garanzia di qualità: attesta infatti la validità dell'intera filiera produttiva, sotto il profilo di parametri diversi, collegandosi anche al tema sempre più sentito della tracciabilità.

ORA SERVE ESTENDERLA ALL'EUROPA

La battaglia del tessile italiano, condotta in particolare dalle piccole imprese che costituiscono la maggioranza nel settore, ha finora avuto successo. Perché questi provvedimenti siano davvero efficaci in un mercato dove la concorrenza è più che mai internazionale, però, è indispensabile che simili regolamenti sull'etichettatura obbligatoria siano approvati anche fuori dall'Italia.

Al momento, infatti, in Europa – a differenza che negli Stati Uniti, in Giappone, in India – non viene richiesta la tracciabilità per i prodotti provenienti dall'estero: quindi un produttore cinese che esporta in Europa, secondo le leggi vigenti nell'Unione Europea, non dovrà sottostare alle stesse regole a cui è vincolato un produttore italiano.

Per riequilibrare questa situazione, il governo italiano è riuscito ad imporre nell'agenda comunitaria la proposta di un nuovo regolamento sull'etichettatura

Perché questi provvedimenti siano davvero efficaci in un mercato dove la concorrenza è internazionale, è indispensabile che simili regolamenti sull'etichettatura obbligatoria siano approvati anche fuori dall'Italia. Il governo italiano è riuscito ad imporre nell'agenda comunitaria la proposta di un nuovo regolamento sull'etichettatura obbligatoria. E forse sarà proprio la legge sul "Made in Italy" a convincere i Paesi partner nell'UE a vararlo.

obbligatoria, e forse sarà proprio la legge sul "Made in Italy" a poter convincere i Paesi partner nell'Unione Europea a vararlo.

I VANTAGGI PER UN SETTORE IN CRISI

Se, come sembra ormai certo, l'approvazione della legge completerà il suo iter, il settore del tessile nazionale, che da solo dà lavoro ad oltre un milione di persone, potrà vedere difeso il proprio interesse in un momento particolarmente critico.

Ad una crisi già in atto da tempo, e dovuta proprio alla crescente concorrenza internazionale – soprattutto da parte di prodotti di bassa qualità e basso prezzo, si sono nell'ultimo anno sommati gli effetti della difficile congiuntura economica.

La legge sul "Made in Italy" riporterebbe finalmente chiarezza, consentendo a tutti la scelta consapevole di un prodotto di qualità e valorizzando l'immagine del patrimonio manifatturiero e dei prodotti di eccellenza italiani sui mercati internazionali, con concreti ritorni economici e

occupazionali per il settore.

UNA NUOVA VIA PER IL MANIFATTURIERO

Quanto è accaduto per il tessile ha posto una base importante per tracciare un percorso di valorizzazione della produzione manifatturiera italiana. Percorso che potrebbe con analoghe modalità essere esteso ad altri settori produttivi, la cui struttura è molto spesso simile a quella del tessile: un forte radicamento sul territorio, una consolidata tradizione del "saper fare", unita alla flessibilità e ad una capacità di rinnovamento che sappia dare vita a soluzioni tecnologiche d'avanguardia. Il "Made in Italy" è un universo variegato ma compatto, ricco di eccellenze e abilità, spesso fatto di prodotti "su misura", creati davvero a partire dalle esigenze del cliente: per difendere e tutelare questi valori, la via più diretta è probabilmente proprio quella di permettere al consumatore di conoscere i prodotti, le loro caratteristiche di qualità e la loro provenienza, attraverso una corretta informazione e nel modo più trasparente possibile.

LA CULTURA TECNICA: UN BENE CHE LA SCUOLA DEVE PROMUOVERE

Intervista ad Alberto Barcella, presidente della Commissione Scuola e Formazione Confindustria

Confindustria si è distinta negli ultimi tempi per la particolare attenzione riservata al tema dell' "Education". Quale ruolo a suo parere riveste nella società attuale la scuola, intesa sia come ambito di formazione dei futuri lavoratori che come luogo di sviluppo della ricerca universitaria a sostegno dell'innovazione?

Dal recente dibattito sullo "stato di salute" del nostro sistema educativo emerge la necessità di dare ai nostri ragazzi una scuola che sia in grado di assolvere al duplice compito di formare non solo i giovani con le competenze richieste dal mercato del lavoro, ma soprattutto i cittadini di domani.

L'istruzione in generale rappresenta un obiettivo strategico per il Paese. È indispensabile che tutti riconoscano la portata strategica, la dimensione intergenerazionale e il carattere di investimento di lungo periodo (15-20 anni) della spesa per l'istruzione. La scuola italiana ha bisogno di riforme che ne rafforzino la capacità competitiva, attraverso il riconoscimento di più autonomia, più merito e più valutazione. Questa è la ragione di fondo per la quale le principali forze politiche dovrebbero trovare, nell'interesse del Paese, alcuni punti di convergenza sulla scuola, impegnandosi a sostenerli in Parlamento a prescindere dalla loro collocazione.

Negli anni passati le scuole tecniche hanno spesso sofferto dell'essere considerate erogatrici di una formazione di serie B rispetto ai licei. È uno stereotipo che può essere considerato superato o che ancora persiste? In un periodo di crisi come quello che stiamo attraversando, c'è stata un'effettiva riscoperta del valore dell'istruzione tecnica?

Il modello curricolare della scuola secondaria italiana è costruito su una gerarchia dei saperi che prevede implicitamente la superiorità delle discipline umanistiche su quelle scientifiche. Questa concezione ha egemonizzato per quasi un secolo il sistema scolastico del nostro Paese e di conseguenza ha accentuato la dicotomia tra cultura umanistica e cultura scientifica, tra formazione e lavoro, relegando ad un ruolo subalterno gli istituti tecnici e professionali. È questo il punto cruciale. Negli Istituti Tecnici si coltiva e si sviluppa quell'umanesimo tecnologico, che sul piano pedagogico ha la stessa dignità dell'umanesimo scientifico e di quello letterario e che costituisce la struttura portante delle imprese italiane, sia nelle sue professionalità intermedie, sia in quei profili professionali che richiedono il proseguimento negli studi universitari. Le imprese italiane oggi chiedono che siano preservate le caratteristiche professionalizzanti di que-

La cultura tecnica dell'Italia è un patrimonio inestimabile: se l'Italia vuole uscire dalla crisi e rimanere tra i Paesi socialmente ed economicamente più avanzati, deve mantenere il proprio primato nei settori produttivi che costituiscono il Made in Italy. Per raggiungere questo obiettivo è dunque essenziale non solo conservare, ma sviluppare e aggiornare continuamente le competenze e i saperi connessi alla cultura produttiva di questi settori.

sto indirizzo scolastico e che sia dato più peso alle attività di laboratorio e all'apprendimento esperienziale, rafforzando la specificità degli istituti tecnici e del loro patrimonio di risorse umane e di capacità professionali.

La cultura tecnica dell'Italia è un patrimonio inestimabile: se l'Italia vuole uscire dalla crisi e rimanere tra i Paesi socialmente ed economicamente più avanzati, deve mantenere il proprio primato nei settori produttivi che costituiscono il Made in Italy. Per raggiungere questo obiettivo è dunque essenziale non solo conservare, ma sviluppare e aggiornare continuamente le competenze e i saperi connessi alla cultura produttiva di questi settori.

Confindustria è stata di recente promotrice, attraverso il Club dei 15, di un progetto per valorizzare l'eccellenza dell'istruzione tecnica. Come si sviluppa questo progetto e quali sono le iniziative previste per i prossimi mesi?

Il Progetto Club dei 15 istituti tecnici dell'innovazione manifatturiera, che ha visto il suo avvio ufficiale il 1° ottobre 2009, nasce con l'obiettivo di recuperare le collaborazioni e le sinergie che per decenni hanno caratterizzato le "scuole tecniche" e le imprese industriali del nostro Paese. Attraverso la scelta di un istituto tecnico di eccellenza verso cui indirizzare investimenti e supporto tecnico e imprenditoriale, si potrà elevare la competitività delle nostre scuole e coltivare l'eccellenza dell'istruzione tecnica.

Per la prima volta negli ultimi decenni, 15 Presidenti di significative realtà industriali e 15 Presidi di istituti tecnici hanno lavorato insieme per individuare le migliori forme di collaborazione scuola-impresa.

Tra le prossime iniziative il convegno annuale del Club dei 15 istituti tecnici dell'innovazione manifatturiera dedicato al rilancio della cultura tecnica.



ALBERTO BARCELLA

Nato a Bergamo nel 1955, dopo la laurea in Ingegneria Chimica all'Università di Padova, Alberto Barcella, nel 1980, entra nell'azienda di famiglia, la B.M. Industria Bergamasca Mobili S.p.A., di cui oggi ricopre la carica di Consigliere Delegato. Dalla produzione di mobili in legno per l'industria della radio, l'azienda ha in seguito ampliato la propria specializzazione alla produzione di componenti termoplastici, per proporsi a partire dal 1989 come fornitore globale di aziende leader di diversi segmenti di mercato: dall'elettronica di consumo ai condizionatori, dai sistemi medicali ai mobili di design, dagli elettrodomestici bianchi all'automotive. Il Gruppo BM attualmente ha la propria sede centrale a Bagnatica (Bergamo), dove opera la BM Italia, sedi produttive in Polonia, Messico, Brasile (in collaborazione con Pastore da Amazonia) e Cina, oltre a un centro di ricerca e sviluppo negli Stati Uniti.

Da molti anni impegnato in seno a Confindustria Bergamo, della quale è stato presidente dal 2005 al 2009, in Confindustria nazionale è stato membro del Consiglio Direttivo nel biennio 2006/2008. Attualmente è membro del "Comitato tecnico Education" di Confindustria e presidente della commissione per i rapporti con la scuola e la formazione professionale dal 2004, oltre che Vice Presidente di Confindustria Lombardia dal 2006 e Membro della Giunta di Confindustria dal 2005. È anche consigliere dell'Associazione BergamoScienza di cui è stato socio fondatore nel 2005.

Oggi, nonostante la crisi, mancano all'appello 76.000 tecnici che le industrie richiedono ma non trovano (erano 181.000 prima della crisi). I dati Excelsior mostrano inoltre l'insoddisfazione di più di metà delle imprese per la qualità dei diplomati tecnici. Il sistema della formazione deve essere capace di rispondere ai diversi livelli di qualificazione delle risorse umane puntando da un lato a promuovere nuovi paradigmi scientifici, dall'altro a sviluppare nuove tecnologie e predisporre l'applicazione di queste ai prodotti e ai processi di produzione.

Nelle ultime riforme del programma delle scuole italiane si è data più importanza che in passato all'inserimento degli studenti nel mondo del lavoro, inserendo alcuni elementi – quali gli stage formativi - per avvicinare maggiormente la formazione scolastica alle richieste delle aziende. Quali gap sono ancora presenti tra la domanda delle aziende e l'offerta della scuola? Quale può essere la strada da perseguire per colmarli?

Esiste un problema di mismatch sia a livello quantitativo che qualitativo. Oggi, nonostante la crisi, mancano all'appello 76.000 tecnici che le industrie richiedono ma non trovano (erano 181.000 prima della crisi). I dati Excelsior mostrano inoltre l'insoddisfazione di più di metà delle imprese per la qualità dei diplomati tecnici.

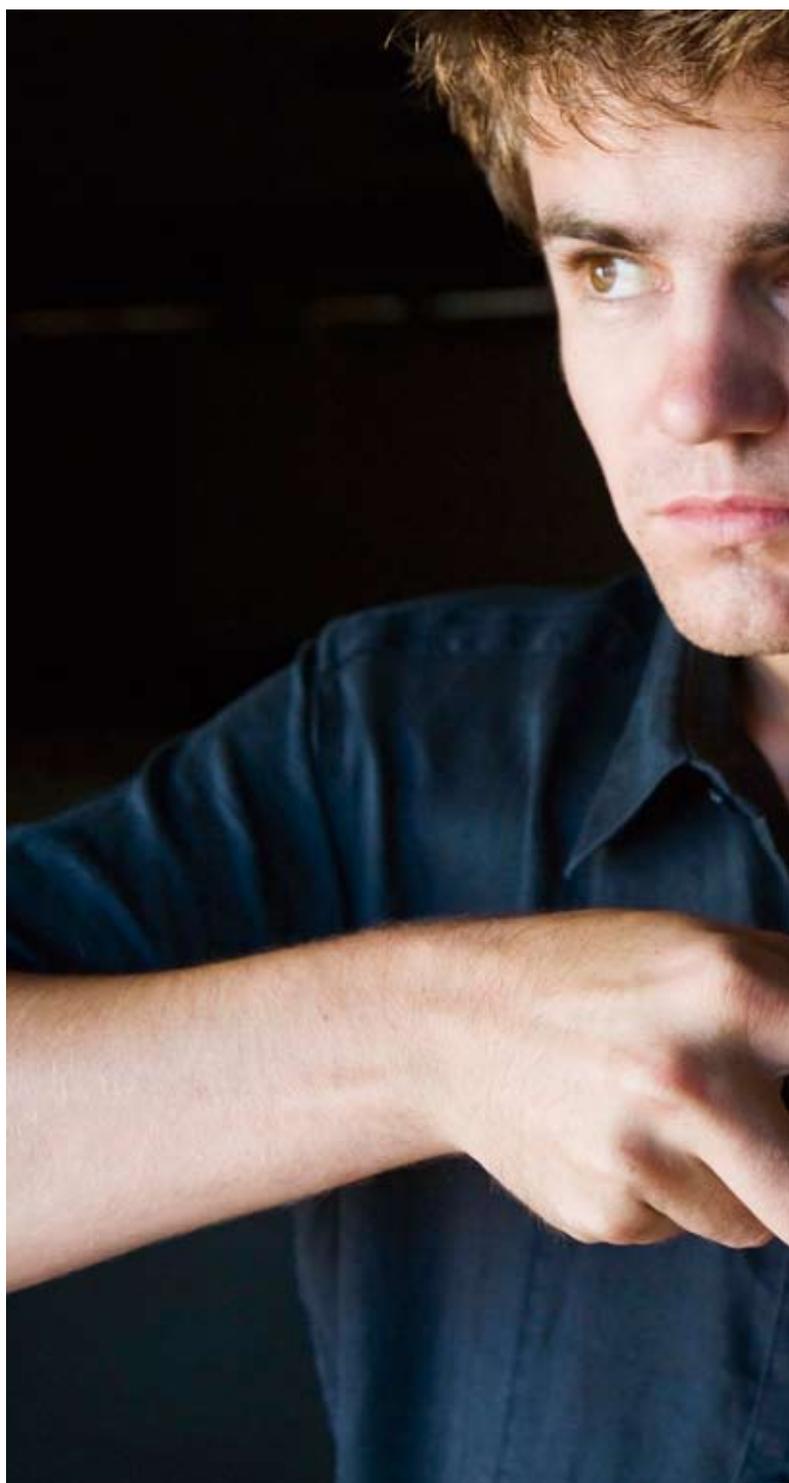
La complessità degli scenari tecnologici ha reso impraticabile lo sviluppo di un unico impianto formativo, rendendo indispensabile la definizione di figure professionali a elevato tasso di specializzazione.

Pertanto il sistema della formazione deve essere capace di rispondere ai diversi livelli di qualificazione delle risorse umane puntando da un lato a promuovere nuovi paradigmi scientifici, dall'altro a sviluppare nuove tecnologie e predisporre l'applicazione di queste ai prodotti e ai processi di produzione.

Le opportunità di apprendimento sul lavoro sono molteplici e possono essere utilizzate anche per il conseguimento di titoli di studio superiori al diploma. Studio e lavoro non sono più separati, ma continuano, in parallelo, lungo tutto l'arco della vita professionale. Ed è per questo che fin dal percorso scolastico devono essere previsti dei forti momenti di integrazione tra percorsi di apprendimento teorico e di apprendimento pratico. L'acquisizione di competenze è sempre il frutto delle esperienze che l'individuo fa nelle diverse tappe della propria vita formativa, lavorativa ed extralavorativa.

E gli stage, i tirocini formativi e i percorsi di alternanza scuola-lavoro costituiscono una vera e propria combinazione di preparazione scolastica e di esperienze assistite sul posto di lavoro, predisposte con la collaborazione del mondo dell'impresa per mettere in grado gli studenti di acquisire attitudini, conoscenze e abilità per l'inserimento e lo sviluppo della loro professionalità.

Confindustria ha anche auspicato migliori criteri di selezione del corpo docente nelle scuole. Com'è attualmente la situazione in Italia in quest'ambito? Ci sono



stati miglioramenti negli ultimi anni? Ci sono uno o più Paesi a cui l'Italia potrebbe ispirarsi per migliorare il sistema di selezione attuale?

Mentre in passato la maggioranza dei docenti appariva contraria di fronte ad ipotesi valutative o a politiche del personale basate sulla meritocrazia, oggi i professori sono d'accordo con l'introduzione di prospettive di carriera e con l'utilizzazione del metodo valutativo per impiegare al meglio le risorse umane nella scuola.

La professione degli insegnanti deve diventare più dinamica, motivante e attraente. La scuola non ha bisogno di insegnanti "impiegati", ma di insegnanti "professionisti".



In Europa e in USA le riforme scolastiche hanno puntato a rafforzare l'autonomia gestionale delle scuole e a decentrare le responsabilità in campo educativo dallo Stato verso le Regioni e gli Enti Locali. In Italia questo processo è appena agli inizi: ad oggi esiste solo l'autonomia didattica, non esiste di fatto autonomia organizzativa e neppure autonomia finanziaria delle scuole. E i nuovi istituti tecnici rappresentano un'opportunità di sviluppo per i nostri insegnanti perché consentono una autonomia organizzativa e didattica più ampia rispetto ai licei per realizzare una efficace collaborazione con le imprese.

Qual è, a suo parere, il profilo formativo ideale per chi

entra oggi per la prima volta nel mondo del lavoro?

Le aziende non hanno bisogno di forme di addestramento standardizzato come quelle collegate all'organizzazione tayloristica del lavoro, ma chiedono che i giovani siano dotati di competenze linguistiche, logico matematiche, storico sociali e al tempo stesso di aggiornate competenze tecnico-professionali.

Le imprese hanno bisogno di tecnici con competenze avanzate, abilità informatiche, buona conoscenza dell'inglese e non possono rischiare di perdere posizioni in un contesto internazionale che punta sempre di più sull'eccellenza del sistema educativo.

**Silmax presenta le nuove Colourmill.
Frese speciali per leghe e superleghe.**

Blu per acciaio inox, viola per iniconel, verde per duplex ph, arancio per il titanio, rosso per l'acciaio. Per la nuova linea di frese speciali per la lavorazione di materiali difficili, il Centro Ricerche Silmax ha ideato un anello colorato sul bordo dell'utensile per una più facile identificazione. Un tocco di colore che si aggiunge alla sicurezza delle migliori prestazioni: più produttività, meno vibrazioni e più durata. La tradizionale qualità Silmax si riconferma una volta di più. Disponibili anche con rivestimento X.Hyper.



La qualità come scelta.

www.silmax.it
silmax@silmax.it

**Abbiamo aggiunto un po'
di colore alla fredda perfezione.**



Cod. 41.01

SPERIAN PROTECTION: CRUISEMAX

Sperian Protection, leader mondiale nella produzione dei dispositivi di protezione individuale, detiene anche la licenza del marchio TimberlandPRO® per Europa, Medio Oriente ed Africa. Sperian è quindi responsabile dello studio, realizzazione e commercializzazione di calzature di sicurezza, abbigliamento professionale e guanti di protezione a marchio TimberlandPRO®, prodotti dedicati agli uomini e alle donne che lavorano.

La linea di calzature TimberlandPRO® si propone di coniugare le caratteristiche irrinunciabili di una scarpa di sicurezza in termini di certificazione, durata e comfort con un design e caratteristiche tecniche che le rendano uniche sul mercato.

Con il nuovo stivale Cruisemax TimberlandPRO® si distingue dalla massa, differenziandosi fortemente dagli stivali ad uso professionale sinora presenti sul mercato.

Gli stivali Cruisemax sono certificati secondo la normativa 20345:2007 come S3 ed SRC (risponde quindi in modo completo alle normative antiscivolo). La tomaia è in pelle pieno fiore resistente all'acqua, mentre la suola esterna è realizzata in poliuretano a doppia densità, per ottimizzare comfort e resistenza agli shock. Una suola che è anche autopulente. La fodera interna con cuciture nastrate,

assolve a 3 funzioni: preserva il calore grazie al Thinsulate®, è a tenuta d'acqua ma contemporaneamente assicura la massima traspirabilità. Il puntale in materiale termoplastico e la lamina antiperforazione in tessuto tecnico ad alta tenacità garantiscono l'assoluta sicurezza senza influire sul peso dello stivale. Cruisemax non passa inosservato: due impugnature laterali rinforzate in Kevlar® nella parte superiore dello stivale agevolano la calzatura dello stesso; rilievi esterni al calcagno facilitano lo sfilamento; rinforzi in TPU in punta garantiscono un'ulteriore protezione dagli impatti. Con Cruisemax nessun dettaglio è stato trascurato: anche la soletta interna offre un comfort e una freschezza senza pari in quanto traspirante, a rapido assorbimento del sudore, antibatterica e in pellame con concia totalmente vegetale. Cruisemax (codice 6201062) è disponibile in color marrone nelle taglie dalla 40 alla 47.

Sperian Protection Italia S.r.l. - Dorno (PV) - marketingitalia@sperianprotection.com - www.timberlandpro.eu



Cod. 41.02

LITD: UTENSILERIA DIAMANTATA DI ASSOLUTA QUALITÀ

L.I.T.D. srl, azienda certificata "ISO 9001/2000" si occupa della produzione di utensileria diamantata dal 1947. Tale attività, tesa a soddisfare le richieste di una sempre più ampia clientela, offre una gamma vastissima di applicazioni.

- Mole a legante resinoido e metallico in diamante e CBN per: affilatura, taglio, rettifica di carburi sinterizzati, acciaio temprato, metallo duro, vetro, materiali ceramici, resine e pietre. Anelli, dischi e mole per l'industria automobilistica.
- Utensili rodatori a espansione per calibratura di fori.
- Utensili elettrodeposti vari in diamante e CBN per rettifica e lavorazione dei carburi presinterizzati, acciai, metallo duro, resine, vetroresina, materiali ceramici e marmo.
- Utensili in diamante naturale e sintetico per la lavorazione di leghe e metalli non ferrosi, carburi, materiali ceramici, resine.
- Utensili in diamante naturale e sintetico per la rinvivatura e profilatura di mole abrasive.
- Utensili e inserti in CBN per la lavorazione di acciai normali e speciali temprati.
- Utensili per misure di durezza superficiale.
- Tastatori in diamante per controllo dimensionale automatico.
- Rulli in diamante per la sagomatura di mole abrasive.
- Lavorazioni speciali conto terzi concernenti la costruzione di attrezzi speciali in acciaio o in metallo duro (boccole guida, lame, punzoni e matrici, boccole per estrusione, mandrini lappatori, utensili speciali, ecc).
- Paste diamantate e polveri di diamante, a nostro brevetto, per superfinitura di superfici.

I tecnici LITD sono a disposizione della Clientela per la risoluzione di ogni problema tecnico e per i consigli utili alla migliore applicazione dei nostri prodotti.



TKN-CHEM: LA SINTESI PERFETTA TRA GAMMA, PRESTAZIONI E PREZZO

Nell'ambito dei prodotti chimici, le utensilerie del Consorzio Distributori Utensili distribuiscono in esclusiva il marchio privato **TKN-CHEM**. Si tratta di una gamma particolarmente ampia di prodotti per i diversi utilizzi dell'industria che sanno abbinare la qualità delle prestazioni con un prezzo particolarmente interessante, oltre a presentare composizioni rispettose dell'ambiente e della salute dell'operatore.

Tra i numerosi prodotti della gamma, intendiamo segnalare in particolare:

U05005-Protettivo antiossidante idrorepellente sbloccante A300 Multifunction 5 usi in 1: prodotto caratterizzato da un forte potere di coesione con le superfici metalliche, forma un velo protettivo in grado di penetrare sotto l'umidità creando una barriera tra l'acqua ed il metallo, si aggrappa tenacemente alle superfici metalliche, lubrifica eliminando i cigolii senza attirare la polvere, protegge dall'ossidazione, deterge le superfici su cui viene utilizzato staccando adesivi ed etichette.

U05010-Sbloccante iperattivo e lubrificante protettivo Easy A310: per sbloccare rapidamente bulloni, viti e pezzi ossidati in genere, con un'azione lubrificante e protettiva di lunga durata.

U05015-Distaccante siliconico Stak A340: soluzione di agenti siliconici puri a vischiosità controllata avente una spiccata azione distaccante.

U15005-Lubrificante HQ-Sil L630 ad alto contenuto siliconico: è una soluzione di particolari agenti siliconici puri. Lascia sulla superficie trattata un velo sottilissimo di polimero siliconico avente un'azione lubrificante, distaccante, brillantante e protettiva in genere.

U10025-Fluido da taglio universale ER-F680 ad alte prestazioni: realizzato con olii di origine vegetale con l'aggiunta di additivo ER (a rilascio di energia) per altissime pressioni. Non contiene oli minerali, solventi tossici, idrocarburi clorinati, CFC, non infiammabile, ecologicamente rispettoso. Ideale per operazioni di maschiatura e foratura, lubrifica e protegge prolungando fino a 10 volte la durata dell'utensile. Particolarmente efficace nella lavorazione dell'acciaio inossidabile, titanio, alluminio, leghe e tutti i metalli di difficile lavorazione.

U35005-Rivestimento protettivo No Wing R700: penetra e aderisce in modo tenace e durevole allo strato superficiale di qualsiasi metallo e forma un film semi-oleoso di materiale protettivo che difende a lungo la superficie da ossidazioni ed incrostazioni in genere. Agisce anche su superfici umide ed è ideale per espellere l'umidità da motori e circuiti elettrici.

U65005-Adesivo sigillante siliconico Silant S7104: per impiego universale, formulazione siliconica a reticolazione acetica, vulcanizzabile a temperatura ambiente con eccezionale potere adesivo. Aderisce sulla maggior parte dei metalli senza l'uso di primer, esente da solventi, facile lavorabilità sia a basse che ad alte temperature (-20÷+50°C), flessibile sia a basse che ad alte temperature (-40÷+180 °C), con bassi valori di ritiro durante la vulcanizzazione ed eccellente resistenza agli agenti atmosferici.



telure Rôta NUOVE RUOTE TELLURE RÔTA
IN POLIAMMIDE 6 CARICATO A VETRO

Tellure Rôta presenta la nuova serie 68FV: una gamma di ruote in poliammide 6 caricato con fibra di vetro per aumentarne la resistenza alle alte temperature.

Idonee all'impiego fino a 130 °C e resistenti all'umidità e ad agenti chimici aggressivi, le nuove ruote sono pertanto indicate per l'utilizzo su attrezzature che debbano essere frequentemente sottoposte a lavaggi e sterilizzazioni, in particolare in auto-clave.

Sono disponibili nei diam. 100 e 125 mm, con portate di 250 e 350 kg. Sono abbinate a supporti Tellure Rôta tipo NL in acciaio zincato ed NLX in acciaio inossidabile. I supporti rotanti montati sulla serie 68FV sono dotati di uno speciale anello parapolvere resistente alle alte temperature.



**Ruote e supporti per uso industriale,
civile e domestico**

Tellure Rôta S.p.A.
Via Quattro Passi 15
41403 Formigine (MO)
Tel: 059.410300-306 - fax: 059.572859
e-mail: info@tellurerota.com
<http://www.tellurerota.com> - <http://www.laruotagiusta.it>



LA PERFEZIONE ITALIANA...



**NUOVE PISTOLE DI SOFFIAGGIO E GONFIAGGIO
CON IMPUGNATURA RIVESTITA IN GOMMA ANTISCIVOLO**

PISTOLA 25/B1-RB

Nuova pistola di soffiaggio modello 25/B1-RB in alluminio nichelato con impugnatura rivestita in gomma antiscivolo. Dotata di valvola ad apertura progressiva per un perfetto dosaggio dell'aria in uscita.

PISTOLA 25/D-RB

Nuova pistola di gonfiaggio modello 25/D-RB in alluminio nichelato con impugnatura rivestita in gomma antiscivolo, manometro diam. 60 mm. 0-10 bar e pulsante di scarico.



NOVITA'

... I DETTAGLI

SPIRIT OF INNOVATION
www.ani.it



Officine meccaniche A.N.I. S.p.a
Via Arzignano, 190 • 36072 CHIAMPO (VI)
Tel. +39 0444 420888
Fax +39 0444 420620
mail: ani@ani.it

WEB 2.0: QUANDO SAPER ASCOLTARE È DETERMINANTE

La nuova frontiera del web marketing nasce da un presupposto antico: per poter dialogare con i propri clienti occorre conoscere e considerare le loro caratteristiche, i loro bisogni e i loro orientamenti.

WEB MARKETING: L'ASCOLTO PRIMA DI TUTTO

Spesso serve un pizzico di antica saggezza per interpretare ed affrontare il nuovo che avanza. È così che, per capire quale sia l'ultima frontiera del marketing via web, si potrebbe fare una traduzione semplice: "l'importanza di saper ascoltare".

Quelli del web marketing e della capacità di ascoltare le esigenze e le opinioni del proprio interlocutore sono infatti due temi solo apparentemente fra loro lontani, viste le implicazioni così strette che li legano. Al punto che si può parlare di un vero e proprio "marketing dell'ascolto", una sintesi efficace che dimostra come, per saper dialogare con i propri potenziali clienti anche attraverso il web, sia di fondamentale importanza considerare in primo luogo le loro caratteristiche, gli orientamenti, i bisogni e i desideri.

UN CLIENTE SEMPRE PIÙ ATTIVO

Ma non si tratta semplicemente di una strategia scelta da chi vuole vendere il proprio prodotto, quanto piuttosto di una risposta intelligente ad un dato di fatto: gli utenti del cosiddetto web 2.0 sono sempre più proattivi, sempre più desiderosi di creare in prima persona contenuti e sempre pronti ad esprimere il loro parere, positivo o negativo che sia, su quanto fruiscono via web.

Con la nascita del web 2.0, è infatti sorta anche un'inedita possibilità democratica per i suoi utenti, che possono condividere e diffondere le proprie idee con grande facilità e attraverso un processo bottom up. La logica conse-

Gli utenti del cosiddetto web 2.0 sono sempre più proattivi, sempre più desiderosi di creare in prima persona contenuti e sempre pronti ad esprimere il loro parere, positivo o negativo che sia, su quanto fruiscono via web.

guenza di questa opportunità è la nascita di community e social network, luoghi virtuali dove lo scambio di informazioni tra gruppi con interessi comuni è estremamente facilitato.

QUALI LE PRINCIPALI RICADUTE SULLE AZIENDE

Di fronte a un cambiamento epocale come lo sviluppo del web 2.0, le aziende non possono che considerare quale sia l'impatto sul loro business: in primo luogo, nelle azioni di marketing non è più solo il singolo consumatore il target da considerare, ma diventa importante spostare l'attenzione anche verso le comunità virtuali e le loro interazioni, in

Attraverso il web i consumatori possono non solo esprimere opinioni, commenti e critiche: si apre anche la possibilità che prendano direttamente parte alla definizione delle caratteristiche di un nuovo prodotto, acquistando quindi un nuovo ruolo anche nelle attività di ricerca e sviluppo.

quanto luoghi dove le informazioni vengono condivise e trasmesse.

Proprio a causa dell'alto grado di connessione tra gli utenti, un cliente insoddisfatto sul web è potenzialmente molto più pericoloso che in passato, quando non esisteva la possibilità di diffondere in modo tanto rapido la propria opinione, condividendola con i propri gruppi di interesse.

Questi strumenti di analisi sono però anche, in positivo, alleati preziosi per conoscere i propri clienti, attuali e potenziali, e perfezionare la propria offerta per incontrare i loro bisogni.

Attraverso il web i consumatori possono infatti non solo esprimere opinioni, commenti e critiche: si apre anche la possibilità che prendano direttamente parte alla definizione delle caratteristiche di un nuovo prodotto, acquistando quindi un nuovo ruolo anche nelle attività di ricerca e sviluppo.

I NUMEROSI VANTAGGI STRATEGICI DEL MARKETING 2.0

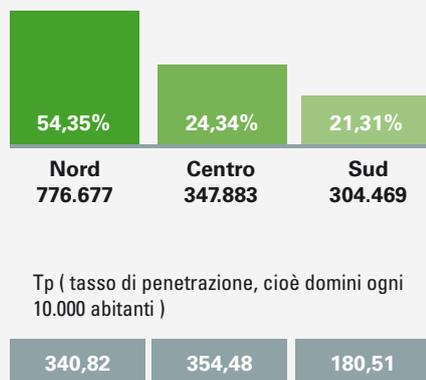
Se, quindi, il marketing 2.0 è una scelta quasi dovuta per restare al passo con i cambiamenti del contesto, vanno comunque considerati i possibili vantaggi strategici di queste azioni, per poterle pianificare al meglio.

Creare una brand community dedicata ai prodotti dell'azienda, che raccolga i consumatori attuali e chi è interessato o appassionato del prodotto, è ad esempio un modo per incentivare ulteriormente quella "partecipazione attiva" che è caratteristica del web 2.0.

Un'azione che, pur richiedendo un profondo lavoro di analisi del contesto e un impegno costante di aggiornamento e condivisione delle informazioni, ri-

1.429.009

I DOMINI REGISTRATI IN ITALIA



La top ten delle regioni

NUMERO DI DOMINI REGISTRATI

Trentino Alto Adige	37.272	457,99 Tp
Lombardia	306.960	381,31
Emilia-Romagna	138.106	380,92
Lazio	170.751	369,11
Toscana	115.226	367,95
Marche	40.217	307,95
Veneto	120.696	307,50
Umbria	21.658	288,92
Friuli-Venezia-Giulia	30.046	288,13
Valle d'Aosta	2.917	275,87

paga l'azienda in termini di: incremento della fedeltà alla marca, che nasce dall'aver stabilito un legame più stretto con i consumatori; possibilità di ottenere informazioni di prima mano per la valutazione dei nuovi prodotti; ricezione di feedback continui ed immediati sulle strategie di mercato adottate; incentivazione delle dinamiche di passaparola, aumentando la brand awareness anche al di fuori della community.

I PRESUPPOSTI PER UN'AZIONE EFFICACE

Il web marketing è una tendenza che può essere cavalcata con profitto in primo luogo da chi già opera a stretto contatto con il web, ma che comunque richiede un po' di cautela e alcune precauzioni.

È infatti importante riuscire a dare un connotato aziendale a strumenti innovativi come i social network, che per essere efficaci devono fare posto alle logiche di business e non essere centrati solo su quelle di puro divertimento.

Creare una brand community dedicata ai prodotti dell'azienda, che raccolga i consumatori attuali e chi è interessato o appassionato del prodotto, è ad esempio un modo per incentivare ulteriormente quella "partecipazione attiva" che è caratteristica del web 2.0.

In questo senso, si parla di enterprise 2.0, ovvero di un modo di fare impresa evoluto, che per le proprie azioni di marketing tenga conto delle potenzialità degli strumenti web 2.0, ma che al contempo li sappia plasmare sulle proprie caratteristiche ed esigenze, gestendoli in una prospettiva aziendale. Per trarre beneficio da questi strumenti e ottenere ritorni mirati non basta infatti conoscerli come utente; né, tanto meno, è sufficiente avviare una generica comunicazione sul web, che rischia di perdersi nell'enorme flusso di informazioni disponibili o addirittura di essere controproducente.

UNA PIANIFICAZIONE ADEGUATA PER UN RISULTATO MIRATO

Per agire correttamente è indispensabile avere una solida esperienza in campo informatico e gestionale, o rivolgersi a un consulente che possa fornire la propria professionalità in materia.

Serve in altre parole collocare il web 2.0 in un'ottica che preveda un processo articolato per la progettazione delle azioni di marketing sul web e prenda avvio da un'attenta analisi di contesto. Con questo obiettivo sono stati sviluppati da società esperte nel settore pacchetti di servizi dedicati allo sviluppo di azioni di web marketing aziendali, che tengono conto dell'aspetto comunicativo e gestionale e prevedono strumenti di analisi e posizionamento dedicati, utili ad individuare il target desiderato con la massima precisione possibile.

UN PASSO OLTRE

In un'azione strutturata di web marketing, inoltre, l'ascolto non si ferma alla prima fase di analisi del contesto, ma,

nella forma di un monitoraggio continuo, diventa propriamente una modalità di lavoro: avere continui feedback via web è una risorsa davvero utile per un'azienda, che può far evolvere i propri prodotti e servizi in stretta sintonia con l'evoluzione delle esigenze del proprio target.

Significa, quindi, avere un polso immediato del mercato, e poter rispondere ai cambiamenti e al sorgere di nuovi bisogni in tempi molto più rapidi che in passato, godendo di un significativo vantaggio competitivo a costi contenuti.

Per agire correttamente è indispensabile avere una solida esperienza in campo informatico e gestionale, o rivolgersi a un consulente che possa fornire la propria professionalità in materia. Serve collocare il web 2.0 in un'ottica che preveda un processo articolato per la progettazione delle azioni di marketing sul web e prenda avvio da un'attenta analisi di contesto.



BANDA LARGA: a quando le autostrade digitali in Italia?

La creazione di infrastrutture digitali adeguate al sempre maggior peso che il web sta acquistando per lo sviluppo dell'economia del nostro Paese è un argomento che da tempo è entrato nell'agenda politica nazionale, ma ancora poche sono le azioni avviate per dare attuazione ai progetti presentati.

Risale a luglio 2009 il Decreto Legge che prevedeva lo stanziamento di 800 milioni di Euro per estendere la copertura della rete, la cui necessità è stata poi ribadita in più sedi istituzionali.

Poi, nel marzo 2009, è seguita la presentazione al Ministero dello Sviluppo Economico, da parte di Francesco Caio, del "Progetto banda larga": un piano che mirava a identificare iniziative e interventi strategici per favorire lo sviluppo delle autostrade digitali ed eliminare il digital divide.

Oltretutto, come è stato dimostrato da uno specifico studio condotto dal Cerm, la banda larga non è solo un importante strumento perché il nostro Paese continui ad essere competitivo nel medio-lungo periodo, ma nell'immediato sarebbe anche un importante volano della ripresa, a partire dai 75.500 posti di lavoro che questo investimento potrebbe generare.

Invece gli 800 milioni stanziati sono stati prima "congelati" dal Ministro Tremonti a causa del momento di crisi economica, in vista di un contenimento della spesa, poi ne sono stati sbloccati 400 a inizio dicembre, con la mozione bipartisan Barbareschi-Gentiloni. Quindi il Ministro Scajola ha reso noto che l'investimento, previsto per fine anno, sarebbe stato rimandato al 2010. Purtroppo, ad oggi, non ci sono ancora notizie di una possibile data per dare il via alle autostrade digitali.

TRA LE IMPRESE DEL SETTORE SI RESPIRA LA VOGLIA DI REAGIRE

Dopo il 2009, annus horribilis, l'intero comparto cerca soluzioni per rispondere attivamente alla crisi economica. UCIMU-Sistemi per Produrre richiede un forte intervento da parte dello Stato.

UN 2009 CONTRASSEGNA TO DA TRISTI PRIMATI

L'hanno definito "il peggior anno di sempre" i produttori di macchine utensili: dopo un 2008 positivo, il 2009 ha riservato una doccia fredda all'intero comparto produttivo nazionale, che ha registrato un calo della produzione del 30%, riportandolo ai livelli del 2003-2004.

L'analisi effettuata dal Centro Studi & Cultura di Impresa di UCIMU - SISTEMI PER PRODURRE fotografa un quadro davvero a tinte fosche, in cui il crollo della produzione di settore raggiunge i 4.093 milioni di euro.

A pesare sul risultato globale sono stati sia il negativo riscontro ottenuto dai costruttori sul mercato domestico, sia il calo delle esportazioni.

Sul fronte interno, il calo del consumo, sceso del 44,1%, a 2.336 milioni di euro, si è duramente ripercosso sulle consegne dei costruttori, che non sono

L'analisi effettuata dal Centro Studi & Cultura di Impresa di UCIMU - SISTEMI PER PRODURRE fotografa un quadro davvero a tinte fosche, in cui il crollo della produzione di settore raggiunge i 4.093 milioni di euro.

A pesare sul risultato globale sono stati sia il negativo riscontro ottenuto dai costruttori sul mercato domestico, sia il calo delle esportazioni.

andate oltre quota 1.608 milioni di euro: il 36% in meno rispetto al 2008.

Peggior è stato l'impatto sulle importazioni che, scese a 728 milioni di euro, registrano un calo del 56,4%.

"Dall'analisi di questi dati - afferma Giancarlo Losma, presidente di UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE- si evince la capacità dei costruttori di meglio presidiare il territorio nazionale rispetto

ai concorrenti stranieri, capacità che si scontra però con il preoccupante ridimensionamento del mercato italiano."

UN CALO MENO ACCENTUATO PER L'EXPORT

Meno brusca è la contrazione registrata dalle esportazioni che, scese a 2.485 milioni di euro, segnano un calo del 25,5% rispetto all'anno precedente.

Secondo i dati ISTAT, nei primi nove mesi dell'anno le esportazioni italiane di sole macchine utensili sono calate del 24,1% rispetto al periodo gennaio-settembre 2008.

Germania e Cina si confermano al vertice della classifica delle aree di destinazione dell'export italiano di macchine utensili, seguono Stati Uniti e Francia.

Nel dettaglio, segnali positivi giungono dalla Cina, ove le vendite sono cresciute del 22,9%, dalla Corea del Sud (+21,8%) e da Finlandia, Egitto, Iran,

I COMPARTI DELLA MECCANICA VARIA

IL TREND

In milioni di euro

	2008	2009	2010	Var % 2010/09
Produzione	47.573	40.915	40.752	-0,4
Export	24.662	20.674	20.711	0,2
Investimenti	1.032	900	881	-2,1
Occupazione Migliaia di addetti	197,2	192,3	189,9	-1,2

LE MACCHINE UTENSILI

PRODUZIONE

Dati in milioni di euro

2006	4.992	
2007	5.820	
2008	5.847	
2009	4.093	
2010*	3.515	

ESPORTAZIONI

2006	2.773	
2007	3.104	
2008	3.336	
2009	2.485	
2010*	2.185	

* Previsioni

FONTE: UCIMU Sistemi per produrre, dicembre 2009

IL SETTORE

400

Le aziende

Il numero di imprese del settore macchine utensili in Italia che danno lavoro a 33.000 addetti

-56,3%

Gli ordini

La flessione registrata nel primo semestre dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2008

LA CURVA DEGLI ORDINATIVI

Andamento degli ordini di macchine utensili dei costruttori europei.

Base 2005 = 100



FONTE: UCIMU

Germania e Cina si confermano al vertice della classifica delle aree di destinazione dell'export italiano di macchine utensili, seguono Stati Uniti e Francia. Ma, ad eccezione della Cina, ovunque si registra una flessione nelle vendite.

Germania (-17,2%), Stati Uniti (-1,8%), Francia (-25,3%), Russia (-44,3%).

Cresce di oltre tre punti percentuali, attestandosi al 60,7%, la quota di produzione destinata alle esportazioni. Cresce anche il saldo della bilancia commerciale, che, con un incremento del 5,5%, raggiunge il valore di 1.757 milioni di euro.

SEGNO MENO PREVISTO ANCHE PER IL 2010

Sebbene siano diverse le fonti che indicano passato il momento peggiore della crisi, anche le previsioni 2010 continuano ad essere caratterizzate da segno

Anche le previsioni 2010 continuano ad essere caratterizzate da segno negativo. La produzione dell'industria italiana è destinata a diminuire, del 14,1%. Ulteriore calo (-12,1%) anche per le esportazioni attese, e il consumo domestico vedrà un ulteriore ridimensionamento (-16,3%).

negativo.

Secondo le stime di fine 2009, la produzione dell'industria italiana di settore è destinata a diminuire, del 14,1%, a 3.515 milioni di euro.

Ulteriore calo anche per le esportazio-

mercati caratterizzati da vivacità dei consumi, ma da valori assoluti di acquisizione di offerta settoriale ancora piuttosto ridotti.

Deludono invece le vendite nei principali mercati di sbocco del Made by Italians:

ni attese, del 12,1%, a 2.185 milioni di euro. Allo stesso modo è stato annunciato un proseguimento del trend negativo delle consegne dei costruttori che scenderanno, del 17,3%, a 1.330 milioni di euro.

D'altra parte il consumo domestico, nel 2010, vedrà un ulteriore ridimensionamento che ne dovrebbe portare il valore a quota 1.955 milioni (-16,3%).

PREOCCUPA L'ANDAMENTO DEGLI OCCUPATI

Nonostante una situazione economica e di mercato obiettivamente difficile, le imprese del settore hanno comunque dimostrato di saper difendere le proprie strutture.

Nel 2009 l'occupazione è scesa di una quota relativamente bassa, attestata intorno all'1,6%: sono 31.750 gli addetti del comparto registrati a fine 2009.

Purtroppo per il 2010 si prevede però un calo più deciso, in corrispondenza con la fine dell'impiego degli ammortizzatori sociali, che fino ad oggi hanno invece fortemente contribuito alla tenu-

Secondo Giancarlo Losma, "il rischio di uscita dal mercato di numerose realtà industriali, a corto di ossigeno come mai prima d'ora, è davvero elevato". Diventa quindi sempre più necessario "intervenire subito con misure concrete, volte a sostenere le imprese del settore dei sistemi per produrre che, tra l'altro, rappresentano una delle miniere di know-how più preziose nel panorama manifatturiero del Paese". Chiesti incentivi alla rottamazione dei macchinari obsoleti, da attivarsi in parallelo con la rottamazione dell'auto, e la proroga fino a fine 2010 della Tremonti Ter.

ta dell'occupazione. In particolare, secondo le stime UCIMU, il numero degli operatori impiegati nell'industria della macchina utensile dovrebbe scendere a 30.750 unità, il 3,1% in meno rispetto all'anno scorso.

SERVONO STRUMENTI DI RILANCIO

Secondo Giancarlo Losma, "il rischio di uscita dal mercato di numerose realtà industriali, a corto di ossigeno come mai prima d'ora, è davvero elevato".

Diventa quindi sempre più necessario "intervenire subito con misure concrete, volte a sostenere le imprese del settore dei sistemi per produrre che, tra l'altro, rappresentano una delle miniere di know-how più preziose nel panorama manifatturiero del Paese".

"In particolare - ha aggiunto Giancarlo Losma - chiediamo che le autorità di governo prevedano un sistema di incentivi alla rottamazione dei macchinari obsoleti con deduzione dall'imposta del 50% della somma investita nell'acquisto di nuovi macchinari sostitutivi. Questo provvedimento, che dovrebbe essere attuato parallelamente a quello della rottamazione delle auto, oltre a favorire la ripresa dei consumi, permette l'aggiornamento tecnologico dei sistemi di produzione, indispensabile per il mantenimento della competitività dell'industria italiana".

"Oltre a ciò - ha proseguito il presiden-

La macchina utensile guarda ai Balcani

Una delle possibili risposte alla perdita di valore dei mercati serviti è la ricerca di nuovi mercati di sbocco: questo l'obiettivo di uno studio condotto da UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE in collaborazione con ICE, Istituto nazionale per il commercio estero, e presentato nel corso di un convegno a Bergamo, dal titolo "Progetto Balcani: opportunità per la macchina utensile italiana e dintorni".

L'Area balcanica è infatti risultata, nel 2008, la quinta area di destinazione del made by Italians settoriale in Europa. Lo studio è stato in particolare focalizzato su: Albania, Croazia, Serbia e Slovenia (area ASCS), ove si registrano tassi di sviluppo decisamente interessanti. Lo conferma il dato di crescita media del PIL dei quattro paesi che, nel periodo 2002-2007, è risultato pari al 7,7%, contro il 4,5% del PIL dell'Unione Europea.

Nei quattro anni considerati, l'export italiano di macchine utensili nei paesi ASCS è più che raddoppiato, registrando un tasso di crescita medio del 16,3%.

Albania e Serbia risultano essere i mercati più vivaci, sebbene il valore di macchine utensili vendute nei due paesi non sia confrontabile. Nel periodo 2002-2007, l'export di macchine utensili destinate all'Albania è passato da 0,5 milioni di euro a 2 milioni di euro. Il tasso di crescita medio è risultato pari al 33,2%.

Decisamente più rilevante il valore delle vendite di made by Italians settoriale in Serbia, cresciuto, nel periodo di riferimento, da 2,8 milioni di euro a 13,7 milioni, per un tasso di crescita medio pari al 36,9%.

Se in Albania le vendite risultano trainate principalmente dagli investimenti destinati allo sviluppo di parchi ener-

te di UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE - segnaliamo la necessità di un intervento immediato che permetta la proroga, fino a fine 2010, del provvedimento Tremonti Ter funzionale alla necessità di ampliamento della capacità produttiva dell'industria del paese e attualmente in vigore fino al 30 giugno prossimo. L'estensione temporale permetterebbe infatti alle imprese di sfruttare appieno i benefici derivanti dal provvedimento in un momento, la fine dell'anno prossimo venturo, in cui ragionevolmente la domanda sarà nel pieno della sua ripresa."

CAUTELA ANCHE PER LA MECCANICA

Anche il quadro generale del settore meccanico ha registrato le medesime difficoltà lo scorso anno, ma, nonostante la situazione continui ad essere critica, l'Italia sta reagendo meglio rispetto al resto d'Europa, dove è stato maggiore il calo della produzione (attestato intorno al -20%).

I dati rilevati da ANIMA - Federazione delle Associazioni Nazionali dell'Industria Meccanica Varia ed Affine - a fine

2009 indicavano una diminuzione della produzione nazionale del 14%, prevista in leggero, ulteriore calo per l'anno in corso (-0,4% rispetto al 2009).

Si è dunque in presenza di una situazione relativamente migliore rispetto a quanto accaduto per le macchine utensili, ma comunque con perdite percentuali a doppia cifra.

Peggiorare, invece, è il quadro delle esportazioni, in contrazione del 16,2%: un fenomeno ulteriormente aggravato dal concomitante aumento della concorrenza da parte dei Paesi emergenti, Cina in testa.

In diminuzione (-12,8%) anche gli investimenti: calo dovuto anche alla stretta creditizia che si è verificata nel corso dell'anno e, secondo il presidente di ANIMA Stefano Bonomi, destinato a peggiorare, perché "l'incertezza del periodo e la mancanza di liquidità non consentono di sviluppare grandi progetti".

Anche per la meccanica l'occupazione ha invece sostanzialmente tenuto (2,5%), grazie al forte ricorso da parte delle imprese agli ammortizzatori sociali.

Anche il quadro generale del settore meccanico ha registrato le medesime difficoltà lo scorso anno di quello delle macchine utensili.

Ma, nonostante la situazione continui ad essere critica, l'Italia sta reagendo meglio rispetto al resto d'Europa, dove è stato maggiore il calo della produzione (attestato intorno al -20%).

Ma le previsioni parlano di una significativa contrazione delle esportazioni nel 2010 (-16,2%) a causa dell'aumento della concorrenza dei Paesi emergenti, a cominciare dalla Cina, e di una diminuzione degli investimenti (-12,8%), anche per effetto della stretta creditizia che impedisce la messa in campo da parte delle imprese di nuovi importanti progetti di sviluppo.

getici che forniranno l'Italia, in Serbia gli investimenti in sistemi di produzione sono destinati al settore infrastrutture, oltre che al settore automotive.

I tassi medi di crescita delle vendite di macchine utensili italiane in Croazia e Slovenia sono risultati inferiori rispetto a quelli relativi alle consegne in Serbia e Albania. Ciò è motivato dal fatto che Croazia e Slovenia sono mercati consolidati, come dimostra il valore delle vendite a esse destinate. Salito da 7,1 milioni a 12,4 milioni di euro, l'export in Croazia, nel periodo di riferimento, è cresciuto a un tasso medio pari all'11,7%. Quello destinato alla Slovenia è passato da 12,5 milioni di euro del 2002, a 20,8 milioni del 2007, per un incremento medio del 16,3%.

A trainare le vendite di macchinari, oltre a auto e componentistica, sono gli investimenti in infrastrutture, specie in Croazia, impegnata nella realizzazione della rete autostradale.

"L'area che comprende Albania, Croazia, Serbia e Slovenia - ha dichiarato Giancarlo Losma, presidente UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE - è caratterizzata da grande vivacità ed è molto più vicina al nostro Paese, sia in senso geografico che culturale, rispetto ad altre zone dove il Made by Italians è molto diffuso e apprezzato. Non può, quindi, non essere oggetto di attenzione particolare da parte degli imprenditori italiani della meccanica che, in effetti, già dimostrano di saper ben interpretare le richieste degli utilizzatori balcanici".

"D'altro canto - ha concluso Giancarlo Losma - le opportunità di business nell'area sono interessanti anche perché l'ammodernamento e sviluppo degli impianti produttivi sono una priorità per tutti i quattro paesi. L'età media del parco macchine installato nell'industria locale è, infatti, di circa venti anni. Ne deriva che oltre a un generico bisogno di ammodernamento dei sistemi di produzione, le imprese locali hanno la necessità di puntare su automazione e integrazione, che assicurano riduzione dei costi e maggiore produttività, oltre che su sicurezza e sostenibilità, temi cui tutti i governi sono sempre più sensibili".



PERSONALIZZAZIONE - DESIGN - QUALITÀ

Sperian Protection lancia le nuovissime Optrel p500: le maschere per saldatura optoelettroniche personalizzabili.

PERSONALIZZAZIONE

Le maschere per saldatura Optrel p500 sono personalizzabili grazie ad un'ampia gamma di inserti intercambiabili, applicabili lateralmente.

QUALITÀ

Ergonomica e leggera • ampio campo visivo grazie alle particolari dimensioni del gruppo a cristalli liquidi • oscuramento automatico regolabile • funzione di selezione del tempo di ritorno al chiaro • regolazione della sensibilità

Sperian Protection è un gruppo industriale che progetta e produce dispositivi di protezione individuale (DPI) certificati, destinati alla protezione dei lavoratori nei più disparati contesti professionali a rischio.

www.sperian.com



SPERIAN PROTECTION ITALIA S.R.L.

Via Vittorio Veneto, 142

27020 Dorno (PV) - Italy

Tel.: +39 0382 81 21 11 r.a.

Fax: +39 0382 84 113

email: infoitalia@sperian.com

 **SPERIAN**
Protection you can trust*