



COMUNICANDO

Il nuovo Catalogo Listino 2017 di Usag



Usag presenta il nuovo Catalogo Listino 2017, una pubblicazione di 320 pagine ricche di molte novità. La copertina è dedicata al nuovo cricchetto 237 A - rappresentato dallo slogan "Gira e Rigira il nostro dura di più", l'unico prodotto sul mercato certificato IP51, resistente alla polvere, all'acqua e dunque all'usura. Il Catalogo Listino Usag 2017 è molto semplice da consultare. Le prime due pagine sono costituite da un indice fotografico totalmente rinnovato per permettere di identificare a colpo d'occhio la macro categoria ricercata. Ogni singolo prodotto presenta una scheda con una puntuale descrizione dell'utensile corredata da immagini ad alta definizione e completa di ogni ulteriore informazione per l'utilizzo. Sono inoltre presenti icone per identificare immediatamente se si tratta di novità, di articoli specifici per il mercato dell'automotive, se il prodotto è appendibile e tante altre caratteristiche. Il Catalogo si apre con un'introduzione sulla storia dell'azienda, una sezione dedicata ai nuovi prodotti, alla sponsorship con Ducati Corse, un focus sul mondo digitale sulle novità di quest'anno. Si

chiude con l'elenco dei codici eliminati/sostituzioni e della rete vendita Italia del canale automotive e industria. Diversi i prodotti corredata dai codici QR, che permettono di accedere in modo rapido e semplice ai numerosi video dimostrativi. Consultabile e scaricabile sul nuovo sito web www.usag.it e sulla nuova app per tablet iOS e Android.

Annovi Reverberi: un altro anno come sponsor della "Porsche Sport Cup Suisse"



Anche quest'anno Annovi Reverberi ha confermato la sua volontà di continuare a sostenere il campionato Porsche. Perché come nello sport, il fair play, la competitività, lo slancio a vincere sono ingredienti che contraddistinguono anche il gruppo modenese. Da più di 60 anni sul mercato riesce costantemente a rinnovarsi e proporsi sul mercato con prodotti che rispondono costantemente alle esigenze degli utenti ed ogni anno a conquistare cm vitali alla concorrenza, presidiando con costanza il territorio. Non ci resta che augurare il meglio al pilota e "che vinca il migliore" sia da un punto di vista sportivo che lavorativo.

Mapei sostiene Emergency

Il 10 febbraio, a Entebbe, Gino Strada e Renzo Piano, insieme al presidente Museveni e al ministro della Sanità Jane Ruth Aceng, hanno posato la prima pietra del nuovo progetto di Emergency in Uganda: un centro di eccellenza in chirurgia pediatrica che sorgerà sul Lago Vittoria, a 35 km dalla capitale Kampala. Mapei sostiene con orgoglio Emergency nella realizzazione del centro, con l'assistenza dei suoi tecnici e la fornitura di prodotti e sistemi appositamente studiati nei laboratori di R&S di Milano. L'ospedale - centro di riferimento per i pazienti ugandesi, ma anche per bambini con necessità chirurgiche provenienti da tutta l'Africa - avrà 3 sale operatorie e 78 posti letto e sarà anche un centro di formazione di giovani dottori e infermieri provenienti dall'Uganda e dintorni. Sarà costruito in terra pisè, una tecnica di costruzione tradizionale che utilizza la terra cruda, garantendo un'inerzia termica che manterrà costanti la temperatura e l'umidità nell'edificio. Un'attenzione particolare sarà destinata agli aspetti ambientali: il centro avrà un impianto di circa 2600 pannelli solari fotovoltaici in copertura per soddisfare il fabbisogno energetico.



Convention BPlatinum 2017

È il Museo Ferrari ad accogliere i partner distributivi Betafence per l'annuale convention Bplatinum che si è tenuta a Maranello (MO), il 16 e 17 febbraio. La seconda giornata è stata riservata ai lavori e si è svolta alla presenza di una delegazione di manager internazionali del Gruppo Betafence tra cui Michele Volpi, ceo Betafence Group. Sono stati illustrati i numeri di un'azienda in crescita, una realtà che ha toccato quest'anno i 45 milioni di euro di fatturato e può contare su un'area produttiva di 22.500 mq ed un centro logistico di 12.500 mq, con un'importante e



crescente capacità di servire con efficienza il mercato. Sono state analizzate le dinamiche ed evoluzioni del settore, concentrandosi sull'andamento del mercato dell'acciaio e sulle nuove opportunità per coloro che distribuiscono i prodotti Betafence, e presentate alcune importanti novità prodotto.

Presentata poi la politica commerciale per il 2017 e le nuove opportunità offerte dai nuovi prodotti che entreranno in gamma. Michele Volpi ha illustrato lo scenario economico mondiale e le favorevoli opportunità di mercato, ha mostrato i dati relativi all'ottima performance finanziaria del Gruppo ed il piano di crescita e investimenti per il 2017, dichiarando la volontà del Gruppo di puntare sulla crescita attraverso nuove acquisizioni, operazioni fondamentali in un'ottica di innovazione continua dei prodotti e dei dispositivi. www.betafence.it

Presentata la nuova app del Libretto d'Impianto Elettrico Prosiel

Si è svolta il 15 febbraio la conferenza stampa "La vostra sicurezza è la nostra meta", organizzata da Prosiel, associazione senza scopo di lucro in prima linea nella promozione della cultura della sicurezza e dell'innovazione elettrica, che ha illustrato alcune importanti novità: Prosiel Roadtour 2017, il nuovo ciclo di seminari a firma Prosiel-CEI e la nuova app del Libretto d'Impianto Elettrico Prosiel. Il nuovo Libretto d'Impianto Elettrico verrà portato in tutta Italia attraverso il Prosiel Roadtour 2017, dieci appuntamenti che avranno luogo per tutto il 2017 in altrettante città italiane. La nuova edizione digitalizzata del Libretto è uno strumento professionale innovativo e importante per le famiglie italiane per la loro sicurezza domestica, ed offre tanti vantaggi in più: consente di portarsi dietro la storia degli impianti e l'archivio dei lavori, ma allo stesso tempo rende possibile una nuova compilazione, direttamente sul proprio smartphone e tablet. www.prosiel.it

Con Lavorwash i clienti sono ancora una volta garantiti e premiati

Partirà il 1° aprile il concorso a premi 'Lavor garantiti e premiati 2017', con cui Lavorwash punta alla valorizzazione del marchio, dando anche una forte spinta al sell out e fidelizzando i clienti che scelgono i prodotti Lavor. La promozione terminerà il 31 luglio 2017. Come funziona la promozione: acquistando un prodotto a marchio Lavor il cliente finale ottiene subito la possibilità di estendere la garanzia portandola a 3 anni senza nessun costo aggiuntivo e partecipa all'estrazione di uno dei 12 iPhone 7 32 GB Apple in palio. In più ha la possibilità di vincere il fantastico maxi premio finale: uno scooter Beverly Piaggio 350! La promozione è supportata anche da una massiccia campagna televisiva e radiofonica che vede Lavor protagonista su 7 Gold nazionale all'interno del programma "Diretta Stadio" per un periodo di 3 mesi, dal 1° marzo al 31 maggio 2017 con 3 spot pubblicitari al giorno della durata di 30" per tutto il periodo raggiungendo all'incirca 2.5 milioni di telespettatori al giorno. Lavor sarà poi protagonista dal 30 aprile per 3 settimane su Radio 105, Virgin Radio, Radio 101, RMC, Radio Capital, Radio Kiss Kiss, Radio Subasio e Suby Music con 7 passaggi giornalieri per ciascun canale, per un totale di più di 460 spot pubblicitari e più di 15 milioni e mezzo di ascoltatori raggiunti ogni giorno dal messaggio e dalla promozione LAVOR. Regolamento su www.lavorwash.com/concorso.





Riparte la campagna Rottamazione martelli Hitachi

Presso i rivenditori che aderiscono a questa promozione, e solo nel mese di marzo, il consumatore finale può rottamare il vecchio martello e cambiarlo con uno nuovo Hitachi. Hitachi offre il prodotto ideale per ogni esigenza, dai martelli combinati per lavori di foratura e demolizione, ai martelli demolitori per lavori di scanalatura e demolizione pesante. I martelli combinati DH40MEY, DH45ME, DH52MEY ed i nuovi martelli demolitori H45MEY e H60MEY sono dotati di motore AC Brushless che assicura elevate prestazioni ed un bassissimo assorbimento di corrente. Inoltre il motore Brushless è in grado di sopportare notevoli cadute di tensione e rispetto ai motori elettrici tradizionali è esente da spazzole, le quali sono soggette a manutenzione, danno luogo a scintille e producono attrito con l'indotto. La costruzione a doppio isolamento interno AHB, rende l'alloggiamento del gruppo motore molto più rigido migliorando la resistenza e la durata nel tempo. I martelli DH40MEY, DH52MEY, H45MEY, H60MEY sono dotati della tecnologia antivibrazioni UVP che riduce le vibrazioni generate dalla macchina senza intaccarne le prestazioni. www.hitachi-powertools.it



Con promozione Fiskars Dinner&Movie il premio è sicuro

Fiskars, multinazionale finlandese tra le più antiche al mondo e leader mondiale nei prodotti di consumo per la casa, il giardino e la vita all'aria aperta, lancia la promozione Dinner&Movie che regala ingressi al cinema e inviti a cena con la formula 2x1 a tutti coloro che acquistano un prodotto della nuova linea per il taglio e la potatura Power Gear che si compone di forbici, cesoie e troncareami. La nuova linea di attrezzi per il taglio e la potatura Power Gear è la più innovativa sul mercato grazie all'esclusivo sistema ad ingranaggi brevettato PowerGear che triplica il risultato e riduce lo sforzo durante il taglio. La promozione è valida dal 21 marzo al 21 giugno 2017 su tutto il territorio nazionale. Come funziona? Acquistando un prodotto della linea Power Gear, entro 20 giorni dall'acquisto è necessario collegarsi al sito della promozione www.fiskarspromogarden.it, inserire i dati richiesti, caricare lo scontrino e dopo pochi giorni si riceve la card premio. La Fiskars Power Card dà diritto ad ingressi illimitati per 2 mesi al cinema e inviti a cena con la formula 2x1, quindi paga una sola persona. L'elenco dei cinema e dei ristoranti che aderiscono alla promozione, sul sito www.fiskarspromogarden.it



Il termostato Smarther BTicino premiato agli IF Design Award 2017

BTicino ha vinto l'edizione 2017 degli IF Design Award con il suo innovativo termostato Smarther, all'interno della categoria Building Technology. L'IF Product Design Award, introdotto nel 1954, viene annualmente conferito dall'IF International Forum Design, ed è uno dei più importanti premi internazionali di design di prodotto. Smarther di BTicino è un termostato connesso da incasso o a parete, dal design innovativo, per la gestione di riscaldamento e climatizzazione. Il design elegante e minimale scompare sulla superficie del muro e appare solo quando ci si avvicina. La finitura effetto vetro bianco si adatta ad ogni ambiente e la leggera illuminazione bianca dell'interfaccia comunica piacevolmente la tecnologia nascosta. La funzione 'Boost' permette di accelerare il riscaldamento o il raffreddamento per un breve periodo di tempo con un solo click. Il dispositivo ospita le funzioni essenziali quotidiane; mentre la programmazione più raffinata è realizzata attraverso un'app intuitiva su smartphone dove possono essere impostate modifiche con semplici passi guidati.





#Buonalaprima, Philips Lighting lancia la sua campagna dedicata al mondo degli installatori

Philips Lighting lancia la sua campagna digitale #Buonalaprima, dedicata al mondo degli installatori, figure professionali di fondamentale importanza per l'universo lighting. Con l'ausilio di un sito dedicato, ricco di contenuti video che raccontano la vita quotidiana degli installatori, ma anche di una piattaforma online che gli stessi professionisti potranno utilizzare per reperire tutte le informazioni necessarie prima di procedere a un'installazione - dal calcolo del TCO e dell'effettivo risparmio energetico, fino a simulazioni per scegliere le migliori soluzioni di illuminazione a seconda delle esigenze, ma anche "lezioni" all'interno della Philips Lighting University - Philips Lighting vuole supportare al meglio i professionisti nello svolgimento del proprio lavoro. Oltre a questi utili strumenti, Philips Lighting ha realizzato una campagna di comunicazione digitale integrata, che coinvolge anche social media e web portal dedicati al mondo della luce, con attività dedicate di content marketing e email marketing, che raggiungeranno decine di migliaia di utenti.



Cifo a Myplant presenta la nuova brand image e la linea Barriera Naturale

Si chiude con un bilancio positivo la prima esperienza di Cifo al Myplant & Garden, il salone internazionale del verde che si è tenuto dal 22 al 24 febbraio a Milano (nella foto lo stand). Nell'ambito della rassegna che, alla sua terza edizione, sta diventando un punto di riferimento sempre più importante per il settore, Cifo ha presentato il nuovo restyling grafico che riguarderà l'intera linea della nutrizione disponibile con i primi formati già dalla prima settimana di marzo. Una veste grafica ricercata ed elegante, al tempo stesso, però, il nuovo pack è stato reso più contemporaneo e accattivante, maggiormente fruibile per il consumatore.

Kärcher lancia la promozione K2 - K3, prezzi incredibili e copertura su tutti i canali

Kärcher, azienda leader nella produzione di strumenti per la pulizia domestica e professionale, lancia la promozione K2-K3, con prezzi particolarmente convenienti studiata per incrementare la visibilità del marchio e della categoria idropultrici. Dal 1° marzo 2017, fino ad esaurimento scorte, sarà possibile acquistare, nei punti vendita aderenti, l'idropulitrice K2 a soli 79,99 euro e la K3, a 99,99 euro: entrambi i prodotti sono ideali per la rimozione dello sporco su mobili da giardino, auto e terrazzi, a seconda della dimensione della superficie da pulire. Obiettivo principale della promozione è quello di far conoscere il marchio Kärcher, sensibilizzando il pubblico su temi inespresi come quello della pulizia degli esterni, abituando i clienti alla categoria di prodotto "idropulitrice". Un'iniziativa per allargare la base dei consumatori dunque ma anche per un'operazione per combattere la concorrenza sul piano delle idropultrici entry level. Spiega Nico Trotta, marketing manager di Kärcher: "La promozione K2-K3 ci permette di offrire ai nostri clienti due prodotti di qualità superiore, dall'ottima fattura, con una potenza rispettivamente di 110 e 120 bar ad un prezzo così limitato da combattere la concorrenza anche dei marchi con prodotti a primo prezzo. Siamo convinti che questa operazione, che coprirà tutti i canali, dalla GDO alla GDS alle ferramenta, riscuoterà un grande successo di pubblico e ci permetterà di incrementare la penetrazione del mercato, aumentando la domanda del cliente". La promozione "K2-K3", sarà comunicata sul sito web e sulla pagina Facebook di Kärcher Italia e direttamente sul punto vendita. www.karcher.it

