

ATLANTE DELL'INDUSTRIA MECCANICA ITALIANA

DIRECTORY OF ITALIAN MECHANICAL
AND ENGINEERING COMPANIES

L'INDUSTRIAMECCANICA



ANIMA[®]
CONFINDUSTRIA
MECCANICA VARIA



CON IL PATROCINIO DI

ITA 

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



ATLANTE DELL'INDUSTRIA MECCANICA ITALIANA

**DIRECTORY OF ITALIAN MECHANICAL
AND ENGINEERING COMPANIES**

Supplemento al numero 723 di novembre/dicembre 2019
de **L'Industria Meccanica**, magazine ufficiale
di *Anima Confindustria* fondato nel 1919
Registrazione Tribunale di Milano N. 427 del 17.11.73

Un progetto:

Anima Confindustria,
Federazione delle Associazioni Nazionali
dell'Industria Meccanica Varia ed Affine

Direzione e Redazione via Scarsellini 13 - 20161 Milano

Ideazione e realizzazione:

Hub Editoriale - www.hubeditoriale.it
via dell'Aprica 18 - 20158 Milano



Stampa a cura di Litostampa Veneta srl

Via Cappelletto, 12 - 30173 Mestre-Venezia

Le fotografie riprodotte nell'Atlante de L'Industria Meccanica sono tratte dall'archivio storico della rivista, i cui diritti sono stati assolti in sede di prima pubblicazione.

L'editore si dichiara disponibile a regolare eventuali spettanze per quelle immagini di cui non sia stato possibile reperire la fonte.

Si ringraziano per il materiale fotografico

Alfa Romeo
Ansaldo/Fondazione Ansaldo
Bellows-Valvair
Bendotti
Berardi Bullonerie
Bugatti
Caleffi
Camozzi
Caprari
Cesab
CISA
Costruttori Aeronautici Italiani
Dorin
ESAB
GB/Gentili Brighi & C.
Greiner
Ing. Enea Mattei
Jungheinrich & Co.
KSB
LLL, Lavorazione Leghe Leggere S.A.
Lombardini
Maddalena & C.
Officine Meccaniche Galletti
OM
Parigi
Parma Antonio & figli
Rovatti Pompe
Sabiana
Saer Elettropompe
Saint Gobain
Siemens
SIMAI
SKF
Sterling/Soc. Pompe Olona
Tellure Rota
VIR-Valvolindustria Ing. Rizzio

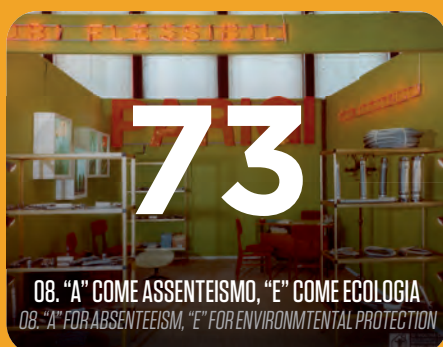
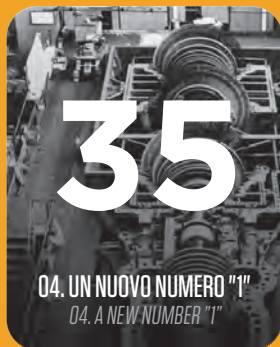
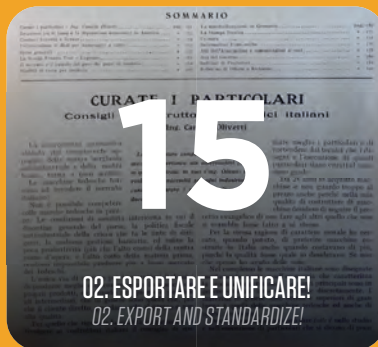
Special thanks to

©giovannalfieri.com photographer

La fabbrica non può guardare
solo all'indice dei profitti.
Deve distribuire ricchezza,
cultura, servizi, democrazia.

(Adriano Olivetti)

SOMMARIO CENNI DI STORIA



SOMMARIO INFOGRAFICHE

01. ANIMA.....	118
02. ICE.....	120
03. AERMEC.....	122
04. BERARDI BULLONERIE.....	124
05. BOLDROCCHI.....	126
06. BONOMI GROUP - RUBINETTERIE BRESCIANE.....	128
07. CBI SERVICE.....	130
08. CDR POMPE.....	132
09. COMAS.....	134
10. EBARA PUMPS.....	136
11. EBM PAPST.....	138
12. ELEKTROVENT.....	140
13. EPTA.....	142
14. EVEREL.....	144
15. FAVA.....	146
16. FBR CONTROL.....	148
17. FINCANTIERI.....	150
18. FISMET SERVICE.....	152
19. IMF ENGINEERING.....	154
20. INDRA.....	156
21. INE.....	158
22. KONECRANES.....	160
23. LCS GROUP.....	162
24. MADDALENA.....	164
25. OLIMPIA SPLENDID.....	166
26. PETTINAROLI.....	168
27. SEA LAND.....	170
28. TECNOLAB.....	172
29. VIR VALVOINDUSTRIA ING. RIZZIO.....	174

IL PORTALE WEB

ELENCO DELLE AZIENDE PRESENTI SUL PORTALE WEB.....	177
--	-----

L'Industria Meccanica

ANNO I

GENNAIO 1919

N. 1

Abbonamento annuo per l'Italia e Colonie L. 24,— « Estero L. 36,—

Un numero separato L. 1,—

Uffici presso l'Associazione Nazionale Industriali Meccanici in Milano - Via T. Grossi N. 2

SOMMARIO

Introduzione - *Giovanni Silvestri*

NOTE ECONOMICHE SOCIALI: La nostra situazione dopo la vittoria, *Pio Perrone* — Relazione al Convegno dei Produttori di Bergamo - *Ing. M. Lombardi* — Commenti alla riunione di Bergamo, *Einaudi*.

NOTE TECNICHE: Allargato con scanalature disuguali — Controllo dell'esattezza di un tornio parallelo, *Ing. R. Falco* — Utensili sagomati forniti.

NOTE LEGALI: Programma — Sistemazione delle commesse di guerra, *Avv. Redenti* — D. L. sul prezzo dei roffami — D. L. sull'istituzione di due nuovi Sottosegretariati di Stato — D. L. sulla cessazione dell'ausiliarità — D. L. sui laboratori scuole — Comunicazioni circa la estensione del D. L. 1697 ai sub-fornitori — D. L. 1697 per la sospensione dei lavori bellici — Comunicazioni circa il prezzo dei materiali consegnati o spediti prima del 20 dicembre 1918 — Prezzo dei materiali metallici.

PRIVATIVE INDUSTRIALI: Sullo sfruttamento dei brevetti di sudditi di paesi nemici, *Ing. F. Jacobacci*.

QUESTA RIVISTA È INVIATA GRATUITAMENTE A TUTTI GLI ENTI PUBBLICI CHE NE FANNO RICHIESTA

Egredi Consoci,

Programma? Manifesto? come modernamente alcuni vorrebbero si avesse a chiamare; davvero sono troppo magniloquenti queste parole per dare titolo alle poche righe che, più che necessità, è dovere per noi premettere a questo nostro bollettino.

* * *

La nostra Associazione, sorta all'inizio del 1914, per desiderio di alcuni pochi, e per bisogno di cose — ma soprattutto per la tenace volontà di un benemerito di tutta l'industria italiana al quale ci è caro inviare oggi da qui saluti ed auguri, il Marchese Ettore Ponti — la nostra Associazione — diciamo — fu allora creata da un ben piccolo nucleo di industriali; eravamo solamente in trentatré.

* * *

Però, la ragione d'essere del nostro Ente era così razionale, così sentita, che nel breve periodo intercorso da allora al 31 Dicembre scorso si salì a poco a poco fino ad oltrepassare i 600 associati, il che fa sì che la nostra Associazione sia in oggi la rappresentanza più numerosa di una delle grandi categorie di industriali italiani.

Importanti e di svariata natura sono le comunicazioni che frequentemente conviene siano da noi fatte ai nostri Soci, mentre d'altra parte malagevole riesce riunirli in assemblea sia perchè poco volentieri, per una naturale ma deplorabile ritrosia di noi italiani, si accede ad inviti di codesto genere, sia perchè avendo l'istituto carattere *nazionale*, molti risiedono fuori della sede.

Per questi motivi è sembrato assai miglior cosa fossero regolarizzate le frequenti comunicazioni epistolari delle quali fin qui ci siamo servite mandole e rendendole periodiche.

CAPITOLO 1

*Dalla Conferenza di Pace di Parigi
alla "propaganda in officina". Una nuova rivista
racconta un'Italia in grande fermento*



CHAPTER 1

*From the Paris peace conference to "workshop propaganda".
A new magazine tells us all about Italy's great turmoil.*



L'autore

Geoffrey Pizzorni (Milano, 1966), è dottore di ricerca in Storia dell'Industria. Le sue ricerche si sono concentrate prevalentemente sulla storia d'impresa, con numerosi studi sull'evoluzione dell'industria italiana fra età moderna e contemporanea.

The Author

Geoffrey Pizzorni (Milan, 1966), is a Phd in the History of Industry. His research has mainly concentrated on the history of enterprise, with several studies on the evolution of Italian industry between the modern and contemporary periods.

ANNO 1 NUMERO 1 YEAR I, ISSUE 1

“

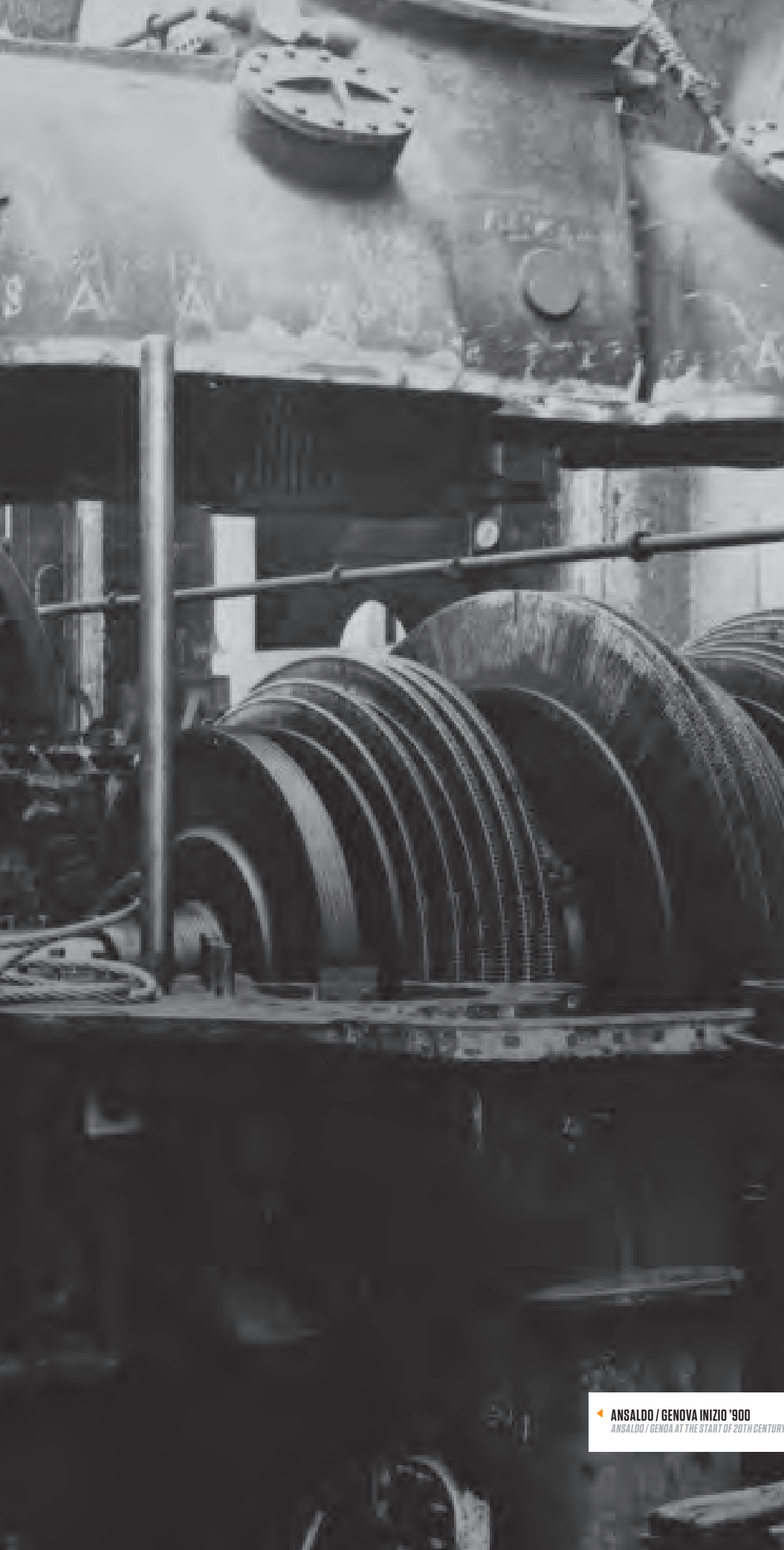
**L'ESORDIO È IN UN CONTESTO
PARTICOLARE, NEL QUALE
L'INDUSTRIA MECCANICA RICERCA
LA PROPRIA IDENTITÀ DOPO
LA GRANDE GUERRA**

”

«Programma? Manifesto?» Inizia così l'introduzione di Giovanni Silvestri al primo numero de L'Industria Meccanica uscito nel gennaio del 1919. «Troppo magniloquenti queste parole», scriveva l'allora presidente dell'Associazione Nazionale Industriali Meccanici per spiegare il perché della nascita della rivista. La spiegazione più immediata era di ordine assai pratico: l'associazione era cresciuta a tal punto che era necessario regolarizzare «le frequenti comunicazioni epistolari» inviate ai soci. Il dopoguerra presentava uno scenario in continua evoluzione ed era chiara e sentita l'esigenza di creare se non una «tribuna» - come sottolineava ancora Silvestri - almeno una «pedana» per far conoscere i fatti, le nuove leggi e soprattutto la voce degli industriali della meccanica.

Per questo, era necessaria la collaborazione di tutti affinché «notizie, insegnamenti, accorgimenti» diventassero utili strumenti per avvicinare «l'industria nostra» alle «consorelle estere che purtroppo per molti riguardi assai la distanziano». Ed erano tante le questioni sul tavolo. A cominciare dalla Conferenza di Pace di Parigi per la quale l'associazione chiedeva al Governo italiano due cose: non dimenticare il contributo fornito dall'industria meccanica e la sua difesa anche nel momento in cui gli scambi commerciali sarebbero ritornati alla normalità. Il momento era dunque particolare, come ribadiva il presidente, e «perché l'opera nostra avesse a riuscire meno imperfetta possibile che noi abbiamo creduto, in un momento tanto grave,





“

THE DEBUT IN A SPECIFIC
CONTEXT, WHERE INDUSTRIA
MECCANICA SEARCHED FOR
AN IDENTITY AFTER THE
GREAT WAR

”

'Agenda? Advertising flier?' This is how the introduction written by Giovanni Silvestri began in the first issue of L'Industria Meccanica, published in January 1919. 'These words are too grandiose', wrote the then President of the Associazione Nazionale Industriali Meccanici (National Association of Mechanical Engineering Industrialists) to explain why the magazine was founded.

The most straightforward explanation was much more practical: the association had grown to such an extent that 'the frequent written communications' sent to shareholders needed to be put in some sort of order. The post-war years were a time of continuous evolution, and the need to create if not a 'stage', as Silvestri underlined again, at least a 'platform' was clear and essential for delivering information on events and new laws, and, above all, to give a voice to mechanical engineering industrialists.

For this reason, the collaboration of everyone was needed in order for 'news, lessons, techniques' to become useful tools for bringing 'our industry' closer to 'foreign sister companies that, unfortunately, in many respects are light years ahead'.

And there were many issues on the table. Beginning with the Paris Peace Conference for which the association asked the Italian Government two things: not to forget the contribution of the mechanical enginee-



▲ OFFICINE MECCANICHE GALLETTI / STABILIMENTO PRIMO '900
OFFICINE MECCANICHE GALLETTI / FACTORY AT THE START OF 20TH CENTURY

“

**UN NUMERO COSTAVA 1 LIRA
L'ABBONAMENTO ANNUALE
PER L'ITALIA E LE COLONIE 26,
QUELLO PER L'ESTERO 36**

”

fosse necessario questo foglio, affinché vi riuscisse facile trovarvi la notizia, l'avviso, il consiglio che di giorno in giorno vi possono occorrere».

L'Industria Meccanica, insomma, voleva essere una rivista economico-technica e, si può dire, sia rimasta così per tutto il primo secolo di vita. Introduzione a parte, l'indice del numero 1 si apriva con le "Note economiche sociali", una serie di articoli sulla situazione politico-economica, seguite dalle "Note tecniche" e dalle "Note legali", un compendio dei principali provvedimenti governativi che interessavano l'economia e l'industria e, infine, le "Privative industriali" con un contributo "sullo sfruttamento dei brevetti di sudditi di paesi nemici". Inizialmente quindicinale e poi mensile, il periodico aveva la propria redazione nella sede dell'associazione a Milano, in via Tommaso Grossi 2, non lontano da piazza del Duomo.

Un numero costava 1 lira, l'abbonamento annuo per l'Italia e le Colonie 24 e 36 lire per l'estero, ma veniva inviata gratuitamente «a tutti gli enti pubblici che ne fanno richiesta». Fin dalle prime uscite, la struttura della rivista si andava arricchendo, secondo quelle che erano le linee scelte, di sezioni dedicate alle "Comunicazioni ai soci", alla "Disponibilità di macchine", agli "Indirizzi di produttori" e al "Bollettino di offerte e richieste".

La crescita del periodico andava di pari passo con quella dell'associazione.

Creata nel febbraio del 1914 per iniziativa di una trentina di soci, soltanto quattro anni dopo, nel 1918, le aziende aderenti erano oltre 600. La necessità di avere una propria organizzazione che tutelasse gli interessi economici era infatti molto sen-

ring industry, and its defence even when trading returned to normal.

The situation was indeed unusual, as the president reiterated, and 'in order for our work to be as successful as possible, we believed, at this grave time, that the journal was necessary to help you easily find the news, information and advice that you made need each day'.

In short, L'Industria Meccanica, aspired to be a business-technical magazine and, it may be said, remained like this for the entire first century of its existence. Besides the Introduction, the table of contents of the first issue opened with "Social business notes"; a series of articles on the political and economic situation, followed by "Technical notes" and by "Legal notes"; a summary of the main government measures concerning the economy and the industry, and, lastly, "Industrial property rights" with an article "on the exploitation of patents by subjects of enemy countries".

Initially published fortnightly and then monthly, the publication had its editorial office at the headquarters of the association in Milan, in Via Tommaso Grossi 2, not far from Piazza del Duomo. The price of the issue was 1 lira, the annual subscription for Italy and the Colonies 24 lire, and 36 lire for overseas, but was given free of charge 'to any public authority that presents a request'.

From the very first issues, the structure of the magazine was refined and improved, according to the direction chosen, with sections dedicated to

tita e avrebbe per così dire completato la rappresentanza dell'industria meccanica che sul versante sindacale, quanto meno in area lombarda, era affidata dal 1899 al Consorzio Lombardo fra Industriali Meccanici e Metallurgici poi trasformata nel gennaio '19, in seguito al crescere della protesta operaia e all'adesione di diversi associazioni regionali, nella Federazione Nazionale Sindacale dell'Industria Meccanica e Metallurgica. Del resto, dal primo dopoguerra in avanti in Italia sarebbe iniziato un vero e proprio "boom" di nuove associazioni, unioni e federazioni che interessavano l'intero panorama industriale. E insieme a loro, eccezion fatta per gli organi ufficiali di settori più maturi come il tessile e la metallurgia, erano nate anche numerose riviste di categoria.

Se il primo numero del "Bollettino di Sericoltura" datava infatti 1889, la rivista dei cotonieri era del 1906 e la "Metallurgia Italiana" di due anni dopo; nel periodo successivo alla fine del conflitto si erano aggiunti, tra i tanti, "La Conceria e la Calzoleria Meccanica", "L'Industria della carta e delle arti grafiche" e infine "La Birra". Nel corso dell'assemblea di Anima del 4 luglio 1919, veniva fatta una breve cronistoria della nascita della rivista e venivano sottolineati alcuni obiettivi che la pubblicazione voleva raggiungere.

Innanzitutto, la creazione de *L'Industria Meccanica* rappresentava un impegno finanziario importantissimo tanto che era stata attentamente esaminata l'ipotesi «di accordarci con periodici affini esistenti» o di costituire «un ente a sé con capitali propri forniti da soci volenterosi».

Alla fine si era rinunciato a seguire questa via che avrebbe comportato un minor impegno economico perché era fondamentale che la rivista «dovendo rappresentare integralmente l'indirizzo che i Soci vogliono dare all'Associazione» avesse «assoluta indipendenza finanziaria e redazionale».

Il consiglio direttivo si diceva, tuttavia, fiducioso che il periodico avrebbe gravato sul bilancio soltanto per i primi due anni di vita e questo per la buona accoglienza che aveva avuto non solo da parte degli oltre 700 soci ma anche in generale dal pubblico. L'idea era di portare *L'Industria Meccanica* anche nelle librerie e nelle edicole in modo da raggiungere una più vasta platea, come anche di istituire un ufficio stampa collegato alla rivista con il compito di inviare una pubblicazione giornaliera con gli articoli più interessanti ai maggiori giornali e riviste. Il periodico insieme all'Annuario del settore, anch'esso pubblicato da Anima, dovevano essere anche «i cardini della nostra azione di propaganda dei prodotti italiani».

Sebbene molti industriali fossero disposti a investire in pubblicità molto spesso «non hanno tempo di dedicarvisi», senza contare che all'epoca non erano molte le

"Members' communications", "Availability of machines", "Addresses of producers" and "Bulletin of offers and requests".

The periodical grew at the same pace as the association. Created in February in 1914 on the initiative of about thirty members, only four years later, in 1918, it had over 600 member companies.

The need to have an organization that safeguarded its economic interests was in fact a priority, but that would also, so to speak, represent the interests of the mechanical engineering industry, which, from a trade union aspect, at least in Lombardy, had been entrusted since 1899 to the Lombardy Consortium between Mechanical Engineering and Metalworking Industrialists, which was subsequently transformed, in January 1919, following an increase in workers' protests and a growth in the membership of various regional associations, into the Federazione Nazionale Sindacale dell'Industria Meccanica e Metallurgica (National Trade Union Federation of the Mechanical Engineering and Metalworking Industries).

On the other hand, from the immediate post-war period onwards, Italy underwent a real "boom" of new associations, unions and federations that influenced the entire industrial landscape.

Established alongside these, with the exception of the official house organs of more mature sectors such as textile and metalworking, were numerous specialized magazines. Although the first issue of the "Bollettino di Sericoltura" (Sericulture Bulletin) dates back to 1889, the magazine of cotton workers to 1906 and "Metallurgia Italiana" (Italian Metalworking) to two years later, many magazines were introduced in the period after the end of the conflict, some of which were: La Conceria e la Calzoleria Meccanica" (Tanning and Mechanical Shoemaking), "L'Industria della carta e delle arti grafiche" (The Paper and Graphic Arts Industry) and lastly "La Birra" (The Beer). During the meeting of ANIMA held on 4th July 1919, a short chronological history of birth of the magazine was outlined to members along with certain goals that the publication wanted to reach.

First and foremost, the creation of L'Industria Meccanica would be a considerable financial commitment to the extent that the possibility "of coming to an agreement with similar existing periodicals" or of creating "a separate organization with its own capital supplied by willing members" was carefully examined. Ultimately these routes were rejected even though they required fewer financial

“

AN ISSUE COST 1
LIRA THE ANNUAL
SUBSCRIPTION FOR ITALY
AND ITS COLONIES 26,
FOR ABROAD 36

”

”



▲ SIEMENS / CENTRALE DI NAPOLI PRIMO DECENNIO '900
SIEMENS / NAPLES PLANT FIRST DECADE 20TH CENTURY

“

**LA SEZIONE "TECNICA"
ERA MOLTO CURATA, CON PEZZI
SU UTENSILERIA, STRUMENTI MA
ANCHE ORGANIZZAZIONE**

”

aziende al cui interno operava un “ufficio di propaganda”. La rivista avrebbe dovuto creare un apposito ufficio per raccogliere le diverse inserzioni e di avviare delle campagne pubblicitarie.

Il sostegno all'exportazione poteva avvenire anche tramite il suo invio ai delegati di commercio all'estero e alle camere di commercio straniere. Nell'agosto del '19, la rivista lanciava un nuovo servizio di traduzione di articoli apparsi su riviste straniere, mentre nella sala lettura all'interno della sede del sodalizio si potevano leggere le riviste italiane e straniere nonché i libri inviati per la recensione.

Significativa, dopo l'adozione delle otto ore giornaliere, la pubblicazione di una serie di contributi dal titolo “Propaganda in officina”.

Gli industriali dovevano far conoscere chiaramente il loro pensiero alle maestranze e per far questo si consigliava di appendere cartelli o di stampare sul retro delle buste paga le seguenti frasi: «Operai! Se l'operaio tedesco si accontenta di essere pagato 10 dove voi volete 15, evidentemente tutti ricorreranno all'opera dell'operaio tedesco, e Voi rimarrete senza lavoro» o anche «Avete sempre dichiarato che le otto ore di lavoro non significano diminuzione di lavoro. Dimostratelo!». Grande attenzione veniva data alla sezione “Tecnica” con una settantina di articoli che trattavano svariati temi come per esempio l'utensileria meccanica, i metodi e strumenti di misura, la tecnica generale d'officina e diversi contributi sull'organizzazione industriale.

C'era, tuttavia, ancora qualche aspetto da registrare specie sulla scarsa collaborazione tra rivista e soci.

Sul finire dell'anno, infatti quasi mezza pagina era occupata da questa considerazione: «È a noi incomprensibile per quale motivo gli industriali non rispondano con la massima sollecitudine alle nostre richieste intese a conoscere i loro prodotti. Eppure essi spendono capitali in réclame. La nostra propaganda è gratuita. Essa è la più efficace perché diretta a tutti coloro che vi hanno interesse».

resources, but it was deemed fundamental that the magazine, 'while fully reflecting the direction that Members wanted for the Association', should have 'absolute financial and editorial independence'.

The board of directors was, however, confident that the periodical would have an adverse impact on the budget only for the first two years thanks to the positive response it had received from not only the over 700 members, but also the public in general. The idea was to also sell L'Industria Meccanica to bookstores and newsstands in order to reach a much larger audience, and set up a press office connected to the magazine, which would have the task of sending out a daily publication featuring some of the most interesting articles to major newspapers and journals. The periodical, together with the industry yearbook, also published by ANIMA, would also have to be 'the cornerstones of our work to promote Italian products'. Although many industrialists were willing to invest in advertising, frequently 'they do not have the time to dedicate to this,' without forgetting that, at the time, very few businesses had an internal "advertising office".

The magazine would have had to create a specific office to assemble the various advertisements and launch advertising campaigns.

Export support could be provided by sending the magazine to international trade delegates and foreign chambers of commerce. In August 1919, the magazine launched a new translation service for articles appearing in foreign journals, while foreign and Italian magazines and books sent for review could be read inside the reading room of the association's headquarters. Of significance, after the introduction of the eight-hour working day, was the publication of a series of articles entitled "Advertising in the workshop". Industrialist had to make their thoughts clear

to their workers and to do this the advice was to hang signs or print on the back of pay slips sentences such as: 'Workers! If the German worker is happy to be paid 10 when you want 15, obviously everyone will use German workers, and you will be out of work' or even 'You have always stated that an eight-hour day would not mean a reduction in work.

Prove it!' Close attention was paid to the "Technical" section with some seventy articles dealing with various topics such as mechanical tools, the methods and instruments of measurement, general workshop techniques and various articles on industrial organization.

Nonetheless, certain aspects, such as the poor collaboration between the magazine and members, were still to be discussed. By the end of the year, however, almost half a page was dedicated to this matter: 'It is incomprehensible why industrialists do not respond immediately to our requests for more information on their products. Yet they spend large amounts on publicity. Our advertising is free, and it is more effective as it is aimed at all those who have an interest.'

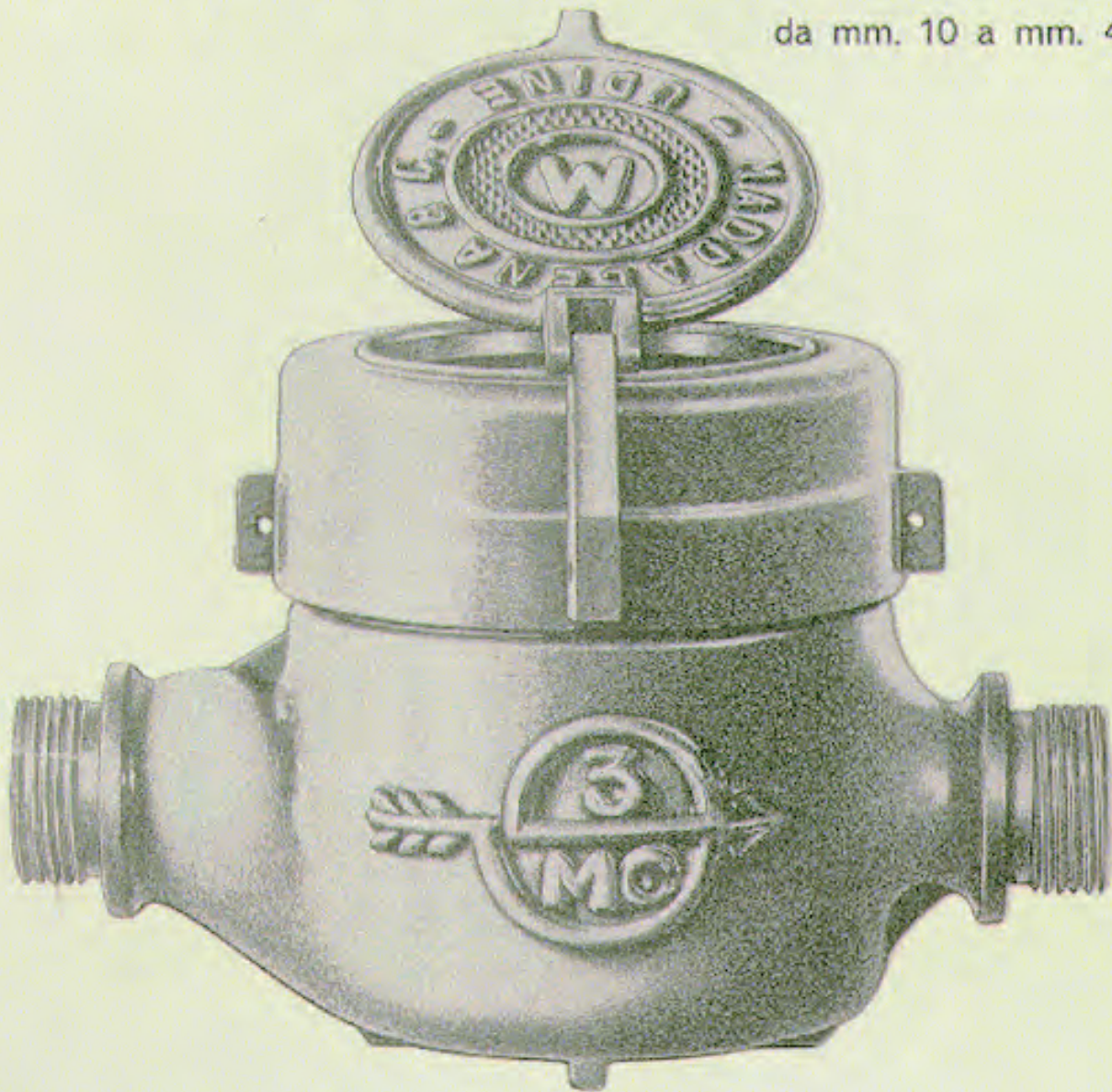
“

**THE "TECHNICAL"
SECTION WAS VERY WELL
EDITED, WITH PIECES ON
TOOLING, TOOLS AND
ORGANISATION**

”

contatori a turbina "ITALIA" Mod. DS

da mm. 10 a mm. 40



Soc. It. Contatori d'Acqua
MADDALENA & C. Udine

CONTO CORRENTE
COLLA POSTA

Abbonamento annuo
Italia e Colonie L. 30
Estero L. 50
Un numero separato
Italia e Colonie L. 3
Estero L. 5

L'INDUSTRIA MECCANICA

NUMERO 6
GIUGNO
1924
ANNO V I.

ORGANO UFFICIALE DEL COMITATO GENERALE
PER L'UNIFICAZIONE NELL'INDUSTRIA MECCANICA
PUBBLICATA A CURA DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE
FRA GLI INDUSTRIALI MECCANICI ED AFFINI

FONDATORE
ING. RICCARDO FALCO

2, VIA T. GROSSI MILANO TELEFONO 10-625

DIRETTORE
ING. ITALO LOCATELLI

RIVISTA MENSILE

MOLLIFICIO

Angelo Cagnola

LISSONE



PRIMA FABBRICA ITALIANA
DI

Molle per tutte le applicazioni industriali

Fornitore delle Ferrovie dello Stato, della R. Marina e dei principali Arsenalì e Cantieri del Regno

SPECIALITÀ:

MOLLE DI PRECISIONE per Motori aerei, nautici - Autocarreggio - Motocicli e Motori industriali in genere.

MOLLE per Macchine Agricole - Sveltatoi - Trincianti - Tosatrici - Serrature - Giocattoli, ecc., ecc.

MOLLE per Magneti - Contatori - Apparecchi elettrici e Utensileria meccanica.

MOLLE per l'Industria Tessile - Ferroviaria e Navale.

**RONDELLE GRÖVER SEMPLICI, DOPPIE, SCANELLATE E CON COLLARE
ANELLI ELASTICI :: GUAINES FLESSIBILI**

GARANZIA MASSIMA DI TARATURA, ELASTICITÀ, RENDIMENTO, DURATA
RAZIONALI TRATTAMENTI TERMICI PER LE TEMPERE

CAPITOLO 2

*Informazioni sui mercati e consigli sulla manifattura:
L'Industria Meccanica spinge sui temi dell'export
e della produzione di serie*



CHAPTER 2

*Information on markets and manufacturing advice:
Industria Meccanica pushing on exports and mass production*

ESPORTARE E UNIFICARE!

EXPORT AND STANDARDIZE!

**NEL 1920 NASCE L'EDIZIONE
IN FRANCESE, CHE INTENDEVA
ATTRARRE AZIENDE INTERESSATE
A PRODOTTI ITALIANI**

Il numero di gennaio 1920 si apriva con un'importante novità. Il consiglio direttivo aveva deliberato che uno dei due numeri mensili della rivista fosse destinato all'esportazione e quindi redatto in francese e diffuso «largamente all'estero». L'edizione italiana, che diventava così mensile, sarebbe stata distribuita gratuitamente a tutti i soci di Anima. «Facciamo ogni sforzo affinché questa nostra rivista migliori e si perfezioni sempre più tecnicamente; incitiamo perciò ancora i lettori a voler collaborare sia inviandoci articoli originali, sia trasmettendoci le loro osservazioni e critiche su quanto pubblicato sulle nostre colonne». L'edizione in francese voleva attrarre quelle aziende che intendevano acquistare prodotti italiani e quindi dedicava meno spazio alla «Tecnica» e più alle informazioni relative ai trasporti, ai vincoli di importazione ed esportazione e alla produzione delle «singole ditte italiane». A differenza di quella italiana che si poteva trovare anche nelle edicole e nelle librerie, quella per l'estero veniva inviata solo per abbonamento: 12 numeri 24 lire. Quello dei costi della rivista, come si è visto, era un problema già emerso ma, e non senza una certa soddisfazione, si sottolineava nel corso dell'assemblea dei soci che il primo esercizio si era chiuso con un leggero avanzo. L'aumento del prezzo della carta e della stampa unito a maggiori spese di diffusione, infatti, era stato ben ammortizzato dal sostegno di alcuni soci. Annunciando la doppia edizione in italiano e francese, si

The 1920 issue opened with important news. The board of directors had decided that one of the two monthly copies of the magazine would be dedicated to exportation and therefore written in French and published 'widely abroad'. The Italian edition, which at the time was published monthly, would be distributed free of charge to all ANIMA members. 'We strive to make our magazine better and increasingly improve technical aspects; we therefore again urge readers to collaborate by sending us original articles or offering their comments or criticisms on anything published in our columns.' The intention of the French edition was to attract those companies wanting to buy Italian products. For this purpose, it devoted less space to "Technical" issues and more to information on transportation and import and export restrictions and on the products of 'individual Italian companies'. Unlike the Italian version, which could also be found in newsstands and bookshops, the international edition was only sent on subscription: 12 issues, 24 lire. The matter of magazine costs had, as we have seen, already emerged but, as was emphasized during the shareholders' meeting, and not without some satisfaction, the first year closed with a slight surplus. The increase in the price of paper and printing as well as the greater

CURATE I PARTICOLARI

sigli ai costruttori meccanici italiani

dell'Ing. Camillo Olivetti

germanica
cente ap-
borghesia
la nostra
si sentire.
esche tor-
mercato

La particolare competenza dell'A. conferisce speciale importanza alle osservazioni contenute in questo articolo; in esso l'ing. Olivetti pone in evidenza la necessità per ogni industriale meccanico di curare i particolari di quanto produce.

competere
e in prez-

di assoluta inferiorità in cui il
del paese, la politica fiscale
cricca che fa le finte di diri-

diare meglio i particolari e di pretendere dai tecnici che i disegni e l'esecuzione di questi particolari siano curati al massimo grado.

Da 25 anni io acquisto macchine e non guardo troppo al prezzo anche perchè nella mia qualità di costruttore di macchine desidero di seguire il pre-

retto evangelico di non fare agli altri quello che non si vorrebbe fosse fatto a sè stesso.

Per la stessa ragione di carattere morale ho cer-

PARTICOLARE DI UN ARTICOLO A FIRMA DI CAMILLO OLIVETTI SUL NUMERO DI LUGLIO 1921 ▲
DETAIL OF AN ARTICLE BY CAMILLO OLIVETTI IN THE JULY 1921 ISSUE

auspicava per il 1921, dopo la riorganizzazione della redazione e dell'ufficio propaganda, il ritorno a un'uscita quindicinale almeno per quella nella nostra lingua.

La rivista, come la definiva il direttore generale Riccardo Falco, «è un documento cinetico dello stato della nostra industria» e aggiungeva «l'opera non è perfetta, non è completa e ha anche molte mende». Continuava a latitare la collaborazione degli industriali e dei loro tecnici che costringevano a ricorrere «con troppa frequenza» a costose traduzioni.

In secondo luogo, i costi aumentavano di continuo e «così che appena crediamo di avere raggiunto un pareggio e ci poniamo a nuovi cimenti, ci raggiunge un memoriale del tipografo o della cartiera che ci costringe a ritornare sulla via della modestia e a trattenere gli slanci e le nuove iniziative». Il futuro, però, sarebbe stato roseo. «La strada percorsa in questi pochi mesi - concludeva - mi sembra abbastanza notevole... e presto la Rivista raggiungerà il grado tecnico delle consorelle straniere».

Nell'aprile del '20, sempre a firma di Falco, usciva un articolo dal titolo "L'industria meccanica e l'esportazione" in cui veniva ricordato quando l'associazione aveva annunciato di voler fare un periodico per l'esportazione e l'accoglienza non era stata lusinghiera.

Anzi «ci si accusò di fare un lavoro inutile, non desiderato, un'opera di cui non

distribution expenses, in fact, had been effectively compensated for by the contribution of several members. On announcing the dual edition in Italian and French, it was hoped, after reorganization of the editorial office and public relations office, that at least the Italian magazine would again be issued every fortnight.

The magazine, as defined by the General Director Riccardo Falco, 'is an ever-changing document on the state of our industry'; he added that 'it is not perfect, not complete and even has many flaws'. The collaboration of industrialists and their technicians failed to materialize, resulting in the need to resort 'all too often' to costly translations. In second place, costs increased continuously and 'to the extent that as soon as we think we have broken even and set ourselves new goals, a notice arrives from the printer or paper mill, which forces us to return to the path of moderation, rein in our enthusiasm and abandon new initiatives'. The future, however, would be rosier. 'What we have achieved in these past few months,' he concluded, 'seems to me to be quite remarkable...and soon the Magazine will reach the technical level of its foreign sister companies.'

In April 1920, still under the editorial direction of Falco, an article was

“

THE FRENCH ISSUE WAS
LAUNCHED IN 1920.
ITS INTENTION TO ATTRACT
COMPANIES INTERESTED IN
ITALIAN PRODUCTS

”



◀ **BUGATTI / I FRATELLI BUGATTI CON IL PADRE AMAUDIO 1898**
BUGATTI / THE BUGATTI BROTHERS WITH THEIR FATHER AMAUDIO 1898

si sentiva la necessità, ci si imputò di voler dar corpo a una chimera» e di far credere che l'industria meccanica italiana potesse esportare. Con altre parole, appariva chiaro il tentativo di spingere i soci a seguire una direttiva di commercio «per la quale ci mancano le forze e non si ha convenienza». In realtà, e a dirlo erano proprio quegli industriali che erano riusciti a far conoscere i loro prodotti nel mondo, in Anima erano stati dei veri pionieri. «Noi siamo fermamente persuasi che la nostra industria può esportare - ribadiva con vigore il direttore - anzi se vuole vivere deve esportare». Tutte le aziende, le grandi come le piccole, potevano vendere in mercati ormai mondiali, ma occorreva recuperare qualche posizione per affrontare la concorrenza straniera che, al momento, vinceva in quanto già orientata alla produzione in serie. Il Governo italiano, peraltro non appoggiava troppo l'industria anche perché del resto «il Paese non ha ancora una sufficiente coscienza industriale». Occorreva fiducia e un certo ottimismo. «Noi vinceremo se produrremo in serie per il mercato interno e per l'esportazione - ribadiva ancora una volta - una Ditta che si impianta senza questo preciso concetto è destinata a perire o a fare una misera vita». Occorreva cominciare subito a vendere all'estero per approfittare della scarsità di beni attuale e nessun ritardo era ammesso anche perché farlo dopo sarebbe diventato impossibile.

Il messaggio era chiaro e l'interesse e il sostegno all'esportazione sarebbe diventato un vero e proprio *fil rouge* che lega, in questo periodo ma anche in quelli successivi, i diversi numeri della rivista. Diversi i contributi che vanno in questa direzione; a cominciare da un paio di interventi dell'ing. Camillo Olivetti il primo dei quali, uscito nel luglio del '21, era intitolato "Curate i particolari. Consigli ai costruttori meccanici italiani" in cui osservava come le macchine italiane fossero costruite bene ma ci fosse ancora una scarsa attenzione verso i particolari al contrario di quanto, invece, facevano i costruttori tedeschi che di fatto avevano invaso il mercato nazionale.

Era, invece, del maggio del '23 il secondo articolo firmato da Olivetti incentrato sulla necessità di creare dei consorzi di vendita fra aziende dello stesso ramo. «Gli industriali meccanici italiani - scriveva l'imprenditore piemontese - sono in genere più bravi tecnici che bravi commercianti...». Anche nell'articolo "In difesa del lavoro italiano" veniva riaffermato «l'antico convincimento che l'industria meccanica per raggiungere un assetto stabile e soddisfacente deve attivare una larga esportazione dei suoi prodotti».

Il ruolo de *L'Industria Meccanica* era sempre quello di strumento di propagan-

da, di raccolta di informazioni sui mercati esteri (un buon esempio è l'articolo dedicato al mercato automobilistico del Nord-America e alle possibilità italiane), di attivare nuovi contatti internazionali attraverso l'appoggio a missioni commerciali e agli enti per l'esportazione e di dare notizie di eventuali concorsi per forniture all'estero. Quest'ultima rubrica sarebbe cresciuta per importanza, come anche quella organizzata per domande e risposte (per esempio "Chi fabbrica tubi stirati per bicicletta?") che forniva i nominativi dei produttori di determinati beni. L'edizione italiana affrontava anche altri temi importanti quali la diffusione di migliori sistemi di lavorazione, l'organizzazione scientifica del lavoro, l'istruzione professionale e, come vedremo, la standardizzazione. Quella in francese, invece, puntava maggiormente a illustrare alcuni rami d'industria con l'obiettivo, attraverso una sorta di "trattato tecnologico", di mettere in evidenza il macchinario e gli impianti costruiti dalla meccanica italiana. Intanto, la crisi che stava attraversando il settore durante il 1922 avrebbe avuto delle ripercussioni sul bilancio delle due riviste. Le pagine di pubblicità,

published with the title "The mechanical engineering industry and exportation" in which readers were reminded when the association announced that it wanted to create a periodical dedicated to exportation, which was not received well. In fact, 'we were accused of doing an unwanted, useless job, a job that was unnecessary, and we were charged with trying to turn a fantasy into reality' and propagating the belief that the Italian mechanical engineering industry was in a position to export. In other words, the attempt to encourage members to follow a trading direction 'for which we lack the strength and can see no advantage' seemed clear.

In reality, it has to be said, it was precisely those industrialists who had managed to promote their products worldwide, and in ANIMA were the true pioneers. 'We are firmly convinced that our industry can export,' the Director reiterated vigorously, 'on the contrary, if we want to survive, we must export.' All companies, both large and small, were capable of selling in already global markets, but they needed to rise in the rankings to face the foreign competition, which, at the time, had the advantage as it was already focussing on mass production.

The Italian Government was not very supportive of the industry because, in any case, 'the country does not yet have sufficient industrial awareness'. Confidence and a certain optimism were required.

'We will succeed if we mass produce for the internal market and for export,' he reiterated yet again, 'a company that positions itself without taking this into consideration is destined to perish or have a miserable life.' What was required was for selling abroad to start immediately to take advantage of the lack of goods, and without delay because starting later would have been impossible.

*The message was clear and interest and support for exporting would become a genuine *fil rouge* that linked the various magazine issues during this period but also later.*

Various contributions were made that took this direction, beginning with a couple of articles by the engineer Camillo Olivetti, the first of which, published in July 1921, was entitled "Pay attention to detail. Advice for Italian mechanical engineering manufacturers"; in which he observed that although Italian machines were built well, there was a lack of attention to detail, as opposed to the work of German manufacturers, who had in fact invaded the national



▲ SKF / DETTAGLIO DI UNA PUBBLICITÀ DI CUSCINETTI A SFERA
 SKF / DETAILS OF A BALL-BEARING ADVERTISING

infatti, progressivamente diminuivano, mentre veniva deciso di incrementare la distribuzione gratuita al fine di intensificare «i nostri rapporti con autorità, enti, associazioni e personalità».

Il calo delle entrate non avrebbe permesso di equilibrare le spese e quindi il consiglio direttivo si trovava costretto a iscrivere parte di costi nel bilancio generale dell'associazione, tenuto anche conto che l'edizione italiana veniva distribuita gratis ai soci e che entrambi i periodici concorrevano di fatto all'attuazione del programma associativo.

Ogni tanto, la rivista diretta da Umberto Giacomini pubblicava frasi ad effetto come per esempio: «Una delle principali ragioni di lentezza e di incertezza sullo sviluppo dell'industria italiana risiede nella scarsa fiducia che gli italiani hanno in se stessi e sulla loro sconfinata ammirazione, spesso ingiustificabile, per l'industria straniera». O anche, forse anche per spingere la pubblicità sulla rivista, «Quando gli affari vanno male, l'industriale taglia subito le spese di pubblicità il che equivale ad abbattere gli argini di un fiume allorché minaccia una piena». L'altro grande tema dei primi anni Venti era la cosiddetta "unificazione". Già negli ultimi mesi del '19, l'organizzazione di categoria aveva iniziato a stu-

market. The second article by Olivetti was instead drafted in May 1923 and focussed on the need to create sales consortia between companies in the same sector. 'Italian mechanical engineering industrialists,' wrote the businessman from Piedmont, 'are generally better technicians than salesmen...' Even in the article "In defence of Italian work", he reaffirmed 'the old belief that in order to reach a stable and satisfactory state, the mechanical engineering industry would have to export large quantities of its products'.

The role of L'Industria Meccanica was always one of publicity tool, for gathering information on foreign markets (a good example is the article devoted to the automotive market of North America and to Italian opportunities), for making new international contacts by supporting trade missions and export organizations and for providing information on any tenders for supplying goods abroad. This latter column would grow in importance, as would the article on questions and answers (for example 'Who makes stretched pipes for bicycles?'), which provided the names of manufacturers of particular goods.

“

**LA STANDARDIZZAZIONE
 DI PROCESSI E PRODUZIONE
 È AL CENTRO DEL DIBATTITO
 DURANTE GLI ANNI VENTI**

”

diare alcune tabelle di unificazione realizzate in Francia. Se il traguardo era la produzione in serie, occorreva allargare il più possibile il campo delle merci standardizzate.

Era chiaro che Anima non potesse imporre dati teorici all'industria, ma poteva contribuire alla scelta dei nuovi "tipi unificati". I vantaggi dell'unificazione erano evidenti e andavano dall'aumento della produzione alla diminuzione dei costi. Già nel corso del 1920, venivano pubblicate le prime tabelle che riguardavano, tra gli altri, diverse filettature, viti per meccanica di precisione e le dimensioni dei dadi per bulloni.

La nascita nel luglio dello stesso anno del Comitato Generale per l'Unificazione nell'Industria Meccanica per iniziativa dell'associazione in collaborazione con altre istituzioni scientifiche coincideva con la pubblicazione di una lunga serie di articoli e di notizie pratiche.

L'apertura del numero del dicembre 1921, per esempio, era dedicata alla standardizzazione nell'industria meccanica e al compito degli industriali e dei tecnici.

Anche in questo, l'Italia si trovava costretta a seguire i paesi più progrediti come Inghilterra, Germania e Stati Uniti che già da una ventina d'anni se ne stavano occupando. Come detto, i vantaggi erano

The Italian edition tackled various important topics such as the deployment of the best manufacturing systems, the scientific organization of work, vocational training and, as we will see later, standardization. The French version, instead, mainly focussed on illustrating, by means of a "technical essay", certain sectors of the industry with the aim of showcasing the machinery and plants built by Italian mechanical engineering companies.

In the meantime, the recession affecting the sector in 1922 was having repercussions on the financial situation of the two magazines.

The pages for advertising decreased progressively, and it was decided to increase free distribution to enhance 'our relationships with authorities, organizations, associations and personalities'.

The decline in revenues meant spending was no longer balanced and therefore the board of directors was forced to enter part of the costs into the general budget of the association, having also taken into account that the Italian edition was distributed free of charge to members and that both periodicals, in

“

DURING THE TWENTIES,
THE DISCUSSION WAS
CENTRED ON STANDARDISING
PROCESSES AND
PRODUCTION

”

SABIANA / DIPENDENTI SABIANA 1929
SABIANA / SABIANA EMPLOYEES 1929



incontestabili: si poteva fare un preventivo con prodotti unificati conosciuti e accettati da tutti, ma soprattutto si poteva produrre in maniera nuova. Meno forme diverse significava una produzione in serie precisa e con pezzi intercambiabili, si poteva avere un magazzino e più semplici diventavano i rapporti con i rivenditori e i consumatori. Con il 1923, iniziava su *L'Industria Meccanica* la pubblicazione della "Rassegna dell'unificazione" a cura dell'Unim (poi dal '28 Uni) che occupava diverse pagine. Non era l'unica novità.

A fronte di un discreto sviluppo del servizio informazioni forniture all'estero, con un centinaio di capitoli e qualche gara vinta da aziende italiane, si doveva registrare la sospensione dell'edizione francese sia per motivi economici sia perché ci si era resi conto che fatta solo in quella lingua non poteva raggiungere tutti i potenziali clienti. In pratica, la funzione di promozione dell'edizione francese veniva attribuita, con le opportune modifiche, a quella italiana e parallelamente si cominciava a pensare di fare, in certe occasioni, dei numeri monografici come per esempio la presentazione di un determinato gruppo di prodotti da tradurre in diverse lingue.

Il 29 maggio del 1924 in occasione del decennale di Anima, la relazione del

presidente, Giuseppe Monacelli Lattanzi, toccava anche l'evoluzione recente dell'organo ufficiale. La rivista aveva ampliato alcune sue rubriche e in modo particolare quelle relative alle informazioni di carattere doganale ed economico, si era anche cercato di dare una maggiore diffusione all'estero allacciando rapporti con enti ed autorità in grado di favorire il collocamento del prodotto italiano. Alcune questioni sarebbero riemerse di lì a poco. Se l'avvio delle trattative per la stipulazione del trattato con la Germania sul finire del '24 avrebbe attirato l'attenzione e la partecipazione degli industriali meccanici attraverso articoli e discussioni, in altri la collaborazione con l'associazione e la rivista era stata quasi nulla. La spiegazione per il direttivo di Anima andava ricercata nel fatto che l'esportazione rimaneva ancora un elemento occasionale per il comparto meccanico a eccezione del settore dell'automobile e di pochi altri rami.

La rivista rimaneva un punto di forza dell'attività sociale tanto che, in occasione della presentazione dell'edizione dell'Annuario, nei primi mesi del 1925, veniva sottolineato come le due pubblicazioni rappresentassero «la manifestazione del lavoro sistematico che si svolge giorno per giorno negli uffici dell'Associazione».



fact, contributed to implementation of the association programme.

Every so often, the magazine edited by Umberto Giacomini would publish hard-hitting messages such as: 'One of the main reasons for the slowness and uncertainty surrounding the development of the Italian industry lies in the lack of confidence that Italians have in themselves and their immense admiration, often unjustifiable, for foreign industry.' Or even, perhaps to boost advertising in the magazine: 'When business is bad, the industrialist immediately cuts spending on advertising, which is the same as breaking down the banks of a river when threatened by a flood.'

The other great topic of the early twenties was so-called "standardization". During the last few months of 1919, the trade organization had begun to study various standardization tables created in France.

L'Industria Meccanica

RIVISTA MENSILE

Abbonamento annuo per l'Italia e Colonie L. 30,— :: Estero L. oro 30,—

Un numero separato L. 3,—

Organo Ufficiale del Comitato Generale per l'unificazione nell'Industria meccanica

Uffici presso l'Associazione Nazionale Industriali Meccanici in Milano - Via Tommaso Grossi, N. 2

CONSIGLIO DIRETTIVO DELL'ASSOCIAZIONE:

PRESIDENTE: MONACELLI Ing. GIUSEPPE.

Vice-Presidenti: Jarach Comand. Federico — Riva Ing. Alberto — Silvestri Giovanni.

Consiglieri: Battaglia Giuseppe — CerPELLI Ing. Attilio — Conti Ing. Giovanni — Dubosc Ing. Edgardo — Falco Ing. Riccardo — Fano Ing. Ugo — Ferrari Ing. Enrico — Galtarossa Antonio — Garelli Avv. Edgardo — Lenci Ing. Giuseppe — Mani Ing. Quirico — Marelli Ercole — Mezzanina Ing. Ruggero — Olivetti Ing. Camillo — Orlando Ing. Giuseppe — Pavesi Ing. Ugo — Pecori Giraldi Ing. A. — Perrone Pio — Scanferla Ing. Gino — On. Stucchi Ing. Luigi.

Revisori dei Conti: Comi Ing. Felice. — Giorgi Rag. Mario.

Direttore Generale: Ing. Italo Locatelli.

SOMMARIO

Comitato Generale per l'Unificazione nell'Industria Meccanica... pag.	53	Artifici per disegnare rapidamente	pag.	68
Numero indice del valore della ghisa	»	I metodi di istruzione professionale della Compagnia Westinghouse	»	71
Piccolo tornio automatico costruito coi mezzi ordinari d'officina... »	56	Programmi di scuole di mestiere	»	72
Cessione brevetti e licenze	»	La Stampa Tecnica	»	73
Libri ricevuti	»	La politica dei salari degli industriali in Germania	»	76
Problemi di unificazione - Ing. Mario Signori	»	Comunicazioni ai soci e varie	»	A
Il trapano - Sigma	»			

SOMMARIO DELL'EDIZIONE FRANCESE (numero di Febbraio)

<i>L'industrie et l'application des ascenseurs</i> - Ing. Serafino De Capitani page	13	<i>Calendrier international des expositions, foires, marchés et concours</i> page	23
<i>Dispositif électromécanique pour l'établissement automatique de l'équilibre dans les grues flottantes</i>	»	<i>Numero-index de valeur pour la fonte de fer</i>	»
<i>Importation et exportation</i>	»	<i>Articles intéressant l'industrie mécanique exportés dans les huit premiers mois de l'année 1920</i>	»
<i>Cours moyen du change en Italie pendant le mois de février 1921</i>	»	<i>Adresses de représentants italiens à l'étranger</i>	»

Comitato Generale per l'Unificazione nell'Industria Meccanica

Sua costituzione e funzionamento

Fin dallo scorso anno l'Associazione Nazionale fra gli Industriali Meccanici ed Affini (A.N.I.M.A.), aveva iniziato un'azione intesa a promuovere accordi fra gli industriali per addivenire allo studio ed alla realizzazione di un programma di standardizzazione nell'industria meccanica.

Ispirandosi a quanto in simile campo vien fatto all'estero, ed all'esperienza derivante dalle unificazioni intraprese per iniziativa di parecchi industriali l'A.N.I.M.A. è venuta nel convincimento che il metodo migliore per realizzare il programma propostosi fosse quello di dare vita ad un apposito ente chiamandovi a collaborare anche quelle Istituzioni ed Associazioni che svolgono una attività in relazione all'opera di standardizzazione. Il Consiglio Direttivo dell'A.N.I.M.A. ha quindi deliberato la costituzione di un Comitato Generale per l'Unificazione nell'Industria Meccanica, che risultò così composto:

Diretti rappresentanti dell'Industria Meccanica, nominati dall'A.N.I.M.A.

Monacelli Ing. Comm. Giuseppe, *Presidente dell'A. N. I. M. A.*

Jarach Comm. Federico

Conti Ing. Giovanni

Falco Ing. Riccardo

Marelli Cav. Ercole

Pavesi Ing. Ugo

Olivetti Ing. Camillo

Zust Ing. Roberto

Tosi Ing. Gianfranco

Designato dal Comitato Nazionale Scientifico Tecnico:

Massarelli Cav. Uff. Francesco

Designato dall'Associazione Nazionale Ingegneri Italiani:

Cardani Ing. Ettore

Designato dall'Associazione Elettrotecnica Italiana:

Colombo Ing. Vitaliano

Designato dalla Confederazione Generale dell'Industria:

Gadda Ing. Comm. Giuseppe

La prima seduta del Comitato Generale, che per la sua origine deve intendersi come un Comitato promotore, è stata tenuta il giorno 28 Gennaio 1921. La presidenza è stata assunta provvisoriamente dal Comm. Ing. Giuseppe Monacelli quale Presidente dell'Associazione Nazionale fra gli Industriali Meccanici.

L'INDUSTRIA MECCANICA

ING. C. OLIVETTI & C. S. A. - IVREA



OLIVETTI M 40

16 TIPI DI CARATTERE PER LA VOSTRA SCELTA

PICA - ELETTO - ITALICO - ITALICO GRANDE

MEDIO ROMANO - ROMANO GRANDE - MIKRON

PERLA STAMPATELLO - STAMPATELLO PICCOLO

ELETTO IMPERIALE - IMPERIALE - PERFORANTI...

4

APRILE
1941-XIX



PUBBLICAZIONE MENSILE PROMOSSA DALLA
FEDERAZIONE NAZIONALE FASCISTA DEGLI INDUSTRIALI MECCANICI

PIAZZA DIAZ 2 - MILANO - TELEF. 12-841

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA 1941
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA 1941

CAPITOLO 3

*Nuove parole d'ordine: durante il ventennio
la rivista cambia veste per facilitare la realizzazione
dell'autarchia nell'industria*



CHAPTER 3

*New buzzwords: during the Fascist era, the magazine
changed to facilitate autarchy in the industry*

VERSO L'AUTARCHIA

TOWARDS AUTARCHY

“

**NEL 1926 CAMBIA IL CONTESTO,
SOLTANTO I SINDACATI
LEGALMENTE RICONOSCIUTI
POTEVANO STIPULARE
CONTRATTI COLLETTIVI**

”

Tra il 1925 e il '26, una serie di provvedimenti legislativi incidono in profondità sulla struttura associativa nazionale. In particolare, con la legge n. 563 del 3 aprile 1926 sulla “disciplina giuridica dei contratti collettivi di lavoro” veniva sanzionato il monopolio della rappresentanza del mondo del lavoro ai sindacati e alle federazioni fasciste. Attraverso il conferimento del “riconoscimento giuridico” delle diverse associazioni, veniva previsto che solo a quelle legalmente riconosciute spettasse la rappresentanza esclusiva di tutti i datori di lavoro operanti nei singoli settori produttivi anche se non iscritti nelle relative associazioni di categoria. Queste ultime venivano sottoposte a un più stretto controllo da statale - approvazione ministeriale delle diverse cariche sociali, sorveglianza prefettizia e altro ancora - e in pratica veniva sostituito un legame associativo volontario con uno obbligatorio. La nuova realtà avrebbe avuto ripercussioni diverse per le quattro grandi dell'associazionismo imprenditoriale. Le organizzazioni che riunivano gli industriali del cotone, della seta, della metallurgia e dei meccanici avrebbero, infatti, goduto di particolari concessioni in virtù della loro storia, del loro radicamento e del loro peso a livello politico. Accanto alle diverse federazioni con compiti sindacali, le quattro associazioni maggiori ottenevano il riconoscimento ufficiale per trattare le questioni economiche, quelle di natura tecnico-scientifica e di propaganda.





“

IN 1926, THE CONTEXT
CHANGED. LEGALLY
ACKNOWLEDGED UNIONS
WERE THE ONLY ONES
ALLOWED TO STIPULATE
COLLECTIVE CONTRACTS

”

Between 1925 and 1926, a series of legislative measures had a profound effect on the structure of national associations. In particular, Law no. 563 dated 3rd April 1926 on the "legal treatment of collective labour contracts" sanctioned the monopoly representation of workers to trade unions and fascist federations. By conferring "legal recognition" to various associations, only those that were legally recognized had exclusive representation of all employers working in individual production sectors, even if not registered in the relative trade associations.

The latter were subject to strict state control - ministerial approval of various corporate posts, prefectural monitoring and other controls - and in practice a voluntary association relationship was replaced by a compulsory one. This new situation would have different repercussions on the four great business associations. The organizations that united cotton, silk, metalworking and mechanical engineering industrialists had, in fact, enjoyed unique concessions due to their history, their roots and their political influence.

Alongside the various federations with trade union activities, the four major associations obtained official recognition for dealing with economic, technical-scientific and publicity matters.

ANIMA received legal recognition in June 1927 as an "institution who-

◀ **ANSALDO / GENOVA PRODUZIONE TURBINE**
ANSALDO / GENOVA TURBINE PRODUCTION

Anima avrebbe ricevuto il riconoscimento giuridico nel giugno del 1927 quale «istituto avente per iscopo l'incremento e il miglioramento della produzione». Il nuovo statuto prevedeva la concentrazione dei soci in gruppi; un assetto più omogeneo che avrebbe garantito una tutela più efficace a favore dei diversi rami d'industria.

I numeri de *L'Industria Meccanica* di questo periodo rivelano che il lavoro dell'associazione si era via via conformato ai cambiamenti decisi in seguito al recente riassetto. Erano numerose, infatti, le pagine dedicate all'attività dei diversi gruppi, mentre al consiglio direttivo di Anima venivano demandate le questioni di portata più generale. Tra queste, il continuo richiamo alla costituzione di consorzi di produzione e vendita, le questioni doganali e quelle legate all'esportazione ora più in difficoltà a causa della rivalutazione della lira nell'estate del '26.

Diventava più stretta la collaborazione con la Fiera milanese per la gestione del Palazzo della Meccanica, mentre, in linea con la politica agraria decisa dal regime, frequenti erano i contributi a sostegno di quelle particolari produzioni di supporto all'agricoltura quali: trattori, falci e impianti di irrigazione a pioggia. Non mancavano poi i consueti contributi tecnici, come alcuni studi di settore che portavano alla pubblicazione di una monografia sull'industria del macchinario stradale e una seconda sulle costruzioni navali.

La rivista, a partire dal gennaio 1930, si arricchiva della nuova rubrica "La stam-

se aim is to increase and improve production". The new by-laws envisaged the collection of members into groups; a more homogeneous structure that would guarantee more efficient protection of the various sectors of the industry.

The issues of L'industria meccanica during this period demonstrate that the association's work had slowly adapted to the changes following recent reorganization. Indeed, numerous pages were devoted to the various groups' activities, while more general matters were referred to the board of directors of ANIMA. Among these were the continuous call for the formation of production and sale consortia, customs matters and those concerning exporting, which was becoming increasingly difficult due to revaluation of the lira in summer 1926.

The association began working more closely with the Milan Fair to manage the Palazzo della Meccanica, while, in line with the agricultural policy decided by the regime, there were frequent articles written in support of particular agricultural products such as: tractors, reapers and sprinkler irrigation systems. There were also the usual technical features, such as sector analyses which led to the publication of a monograph on the road machinery industry and another on naval constructions.

The magazine, beginning in January 1930, was enhanced with a new co-

“

**FA L'ESORDIO LA NUOVA RUBRICA
"LA STAMPA ECONOMICA E
COMMERCIALE" (1930), DEDICATA
AGLI ESPORTATORI ITALIANI**

”

COSTRUTTORI AERONAUTICI ITALIANI, PARTICOLARE DI UNA PUBBLICITÀ
ITALIAN AERONAUTICAL CONSTRUCTORS, DETAIL OF AN ADVERTISING



DITTE COSTRUTTORI DI MOTORI
AUTOMOBILI ISOTTA FRASCHINI
ALFA ROMEO
FIAT
PIAGGIO & C.
"REGGIANE,,
COMPAGNIA NAZION. AERONAUTICA

COSTRUTTORI AERONAUTICI ITALIANI

ANONIMA LOMBARDA COSTRUZIONE POMPE

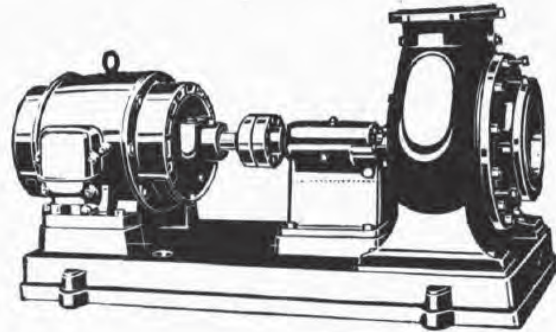
LICENZE KLEIN

MILANO

VIA APPIANI, N. 1

TELEFONO 65-558

Stabil. a MILANO - PRECOTTO



POMPE CENTRIFUGHE ORIZZONTALI E VERTICALI — POMPE PER POZZI PROFONDI CENTRIFUGHE E A PISTONE — ELETTROPOMPE SOMMERGIBILI — COMPRESSORI D'ARIA — MATERIALI PER ACQUEDOTTI SCARICATORI ACQUA CONDENZA — VALVOLE PER VAPORE

▲ PUBBLICITÀ STORICHE / KSB POMPE
HISTORICAL ADVERTISING / KSB PUMPS

pa economica e commerciale” in cui venivano pubblicate informazioni provenienti da ogni parte del mondo dedicate specialmente agli esportatori italiani. Un anno più tardi, con l'insediamento del nuovo consiglio direttivo dell'Ente Nazionale per l'Unificazione nell'Industria - Uni, il periodico ne sarebbe diventato organo ufficiale ospitando la “Rassegna dell'unificazione”, mentre non sarebbe mancato il sostegno all'Enios - Ente Nazionale per l'Organizzazione Scientifica del Lavoro. Le conseguenze della crisi internazionale scoppiata negli Stati Uniti sul finire del '29 portava a un certo rallentamento dell'attività associativa che, ad esclusione della “vivacità” di alcuni gruppi - come per esempio quello dei costruttori di macchine agricole, si cristallizzava intorno a due argomenti tradizionali: la questione dei consorzi e la propaganda per l'esportazione. E proprio per incentivare le vendite all'estero, L'Industria Meccanica pubblicava, da agosto a dicembre del '30, una serie di articoli intitolati “Ai meccanici”, nei quali l'esportazione veniva presentata come unico rimedio alla crisi, specie per un settore come quello

lumn “Financial and trading news”, which published information from all parts of the world and was devoted in particular to Italian exporters. A year later, when the new governing board of the Ente Nazionale per l'Unificazione nell'Industria - UNI (National Organization for the Standardization of Industry) had taken office, the periodical became its official publication, hosting the “Review of Standardization”, as well as supporting ENIOS - Ente Nazionale per l'Organizzazione Scientifica del Lavoro (National Organization for the Scientific Organization of Work). The consequences of the global crisis that began in the United States at the end of 1929 led to a slowing down of the association's activities, which, with the exception of the “lively activity” of certain groups such as agricultural machinery manufacturers, revolved around two traditional topics: the question of consortia and advertising to promote exporting. And with the aim of boosting foreign sales, L'Industria Mec-

“
A NEW COLUMN
APPEARED, “ECONOMIC
AND COMMERCIAL PRESS”
(1930), DEDICATED TO
ITALIAN EXPORTS

”





▲ FABBRICA APERTA / DIPENDENTI GREINER CON FAMIGLIE
OPEN FACTORY / GREINER EMPLOYEES WITH FAMILIES

meccanico che già doveva affrontare l'alto costo delle materie prime e la ristrettezza del mercato interno.

La preferenza al prodotto nazionale, sancita anche da una legge spesso troppo disattesa, diventava a partire dai primi anni Trenta un nuovo cavallo di battaglia dell'organo ufficiale. In questo difficile momento, veniva ulteriormente ribadito il divieto di accogliere sulla rivista pubblicità di produttori stranieri e questo non senza qualche scempenso di natura economica. Questo vincolo, infatti, avrebbe ancor più limitato le entrate del periodico, la cui gestione sarebbe passata da attiva a passiva tra il 1931 e l'anno seguente andando a pesare sul bilancio associativo per circa 9.000 lire.

Nell'autunno del '33, con la seconda riorganizzazione generale delle rappresentanze imprenditoriali, anticipatrice della nascita delle Corporazioni, Anima veniva prima commissariata per poi, nell'agosto seguente, perdere il riconoscimento giuridico ed essere posta in liquidazione.

Nell'aprile del '35, il complesso dei servizi facenti capo ad Anima veniva trasferito a un nuovo organo tecnico-economico operante all'interno della neonata Federazione Nazionale Fascista degli Industriali Meccanici e Metallurgici.

Il nuovo assetto, peraltro, non portava a grandi cambiamenti nell'attività e l'organizzazione di categoria avrebbe continuato a fare quello che aveva sempre fatto: occuparsi delle questioni economiche e tecniche dietro incarico federale e prestare assistenza alle imprese iscritte nei sindacati periferici.

A rileggere gli indici delle diverse annate, si può facilmente constatare che la rivista aveva mantenuto la struttura che le era stata data già nei primi anni Venti seppur con qualche nuovo innesto. Ai consueti contributi di natura economico-tecnica, alla rassegna doganale, tributaria e a quella dell'unificazione, si aggiungevano le "comunicazioni Anima" e le novità legislative.

La svolta autarchica, sempre più decisa a partire dal '36, portava delle novità anche per il periodico. Toccava alla rubrica dal titolo "Rassegna della produzione meccanica italiana" presentare i nuovi prodotti - dallo "scafandro articolato per grandi profondità" all'"illuminazione in caso di emergenza", solo per fare un paio di esempi - oltre a una parte dedicata alle pubblicazioni sulle attività delle aziende meccaniche nazionali, per esempio, nel 1938, la "Meccanica di precisione nelle Officine Ducati di Bologna" e "Alfa-Romeo, Aviazione, documentario. Completavano l'indice, le richieste dei prodotti, fiere e mostre, aste e appalti.

Non mancava neanche il tradizionale appello a una maggiore collaborazione da parte dei tecnici e dei produttori mecca-

canica published, from August to December 1930, a series of articles entitled "To Mechanical Engineers", in which exporting was presented as the sole remedy to the crisis, particularly for the mechanical engineering sector which had to deal with the high cost of raw materials and the restrictions of the internal market. From the early thirties, the promotion of national products, which was also ratified by a law that was all too often disregarded, became the strong suit of the official publication. At this difficult time, the ban on accepting advertising from foreign manufacturers was once again reiterated, resulting in a slight economic imbalance. This restriction would further limit the income of the periodical, the management of which would pass from active to passive between 1931 and the following year, burdening the association budget for about 9,000 lire. In the autumn of 1933, with the second general reorganization of business representatives, anticipating the foundation of corporations, ANIMA was firstly put under extraordinary administration and then, during the following August, lost its legal recognition and was placed in liquidation.

In April 1935, the services administered by ANIMA were transferred to a new technical-economic organization operating within the newly formed Federazione Nazionale Fascista degli Industriali Meccanici e Metallurgici (National Fascist Federation of Mechanical Engineering and Metalworking Industrialist). The new structure, however, did not bring large-scale changes to the business, and the trade organization continued to do what it had always done: dealt with economic and technical issues on federal assignment and gave assistance to enterprises registered in peripheral trade unions.

Looking back at the tables of contents of the various years, it can be seen that the magazine had maintained the same structure as it had had in the early twenties with a few new sections. In addition to the usual articles of an economic-technical nature, and reviews on customs, tax and standardization matters, "ANIMA communications" were added, as well as information on new legislation. The shift towards independence, which became increasingly focussed from 1936, also led to changes in the periodical. It was the turn of the column entitled "Review of Italian mechanical engineering production" to present new products, including, for example, "deep sea diving suits", "emergency lighting", as well as a section devoted to publications on the activities

nici ai quali si chiedeva di suggerire argomenti da trattare perché si voleva dare al contenuto della rivista «una formazione orientata verso le direzioni che la tecnica moderna addita come utili ed opportune». Nella primavera del '39, in seguito alla nascita della Federazione Nazionale Fascista degli Industriali Meccanici, veniva deciso lo scioglimento di Anima e l'attribuzione delle sue funzioni alla nuova Federmeccanici.

Primo passo, sul finire del '40, il restyling del periodico. «Questa rivista – scriveva il presidente Guido Sartirana – si ripresenta ai suoi lettori sotto un'altra veste e con un programma da attuare: facilitare nella forma più ampia la realizzazione dell'autarchia in tutti i settori della meccanica... programma vasto e complesso la cui concreta attuazione è affidata soprattutto alla collaborazione e alla fede dei tecnici, dei datori di lavoro e dei lavoratori, per il potenziamento, l'indipendenza e l'espansione dell'Italia Fascista nel mondo». *L'Industria Meccanica* era ormai una realtà consolidata nel panorama editoriale nazionale anche se, come rimarcava lo stesso presidente federale, «la sua diffusione sia resa difficile dalla non vasta propensione di molti settori per la letteratura tecnica».

A parte questo, il primo anno portava a un aumento degli abbonati senza dimenticare come «il consenso dei lettori fosse stato generale».

La rivista veniva «largamente distribuita anche a titolo di omaggio ovunque sembri opportuno di mettere in luce l'esistenza della nostra industria», oltre alle copie per gli inserzionisti e per gli abbonati; venivano poi spedite in omaggio e in cambio rispettivamente 293 e 119 copie per la maggior parte a enti stranieri o rappresentanze italiane all'estero.

Era stata creata anche la Rassegna della fonderia; un estratto dell'*Industria Meccanica* che conteneva articoli tecnici per i piccoli industriali fonditori e per i tecnici di fonderia.

“

**SUL FINIRE DEGLI ANNI '40
LA RIVISTA BENEFICIA
DI UN IMPORTANTE RESTYLING
GRAFICO E CONTENUTISTICO**

”

L'Industria Meccanica era diretta da Emilio Ichino, coadiuvato da un comitato di redazione, in piazza Diaz 2 a Milano.

Colpiva la testatina in rosso su cui era scritto “pubblicazione promossa dalla Federazione Nazionale Fascista degli Industriali Meccanici”, mentre il costo di un abbonamento annuo per l'Italia e le Colonie era adesso di 60 lire.

Tra le novità la rubrica “Segnalazioni varie interessanti l'attività produttiva” e alcuni interventi di carattere più generale quali ad esempio “L'azione dello Stato per le esportazioni” e, sempre nell'estate '42, “Prepararsi per il dopoguerra”.

La produzione del macchinario”.

L'Industria Meccanica sarebbe uscita fino al settembre del '43 e gli ultimi numeri, ormai con meno di 30 pagine, restituiscono fedelmente il rarefarsi dell'attività associativa.

of national mechanical engineering companies such as, in 1938, the “Precision mechanics of the Officine Ducati in Bologna” and “Alfa-Romeo, Aviation, documentary. Completing the contents were product requests, trade fairs and exhibitions, auctions and tenders.

The association continued with its traditional appeal for greater collaboration from technicians and mechanical engineering manufacturers, who were asked to come up with ideas for topics to be covered because it wished to ‘develop the magazine content in a direction that would be useful and appropriate to modern technology’.

In the spring of 1939, following the foundation of the Federazione Nazionale Fascista degli Industriali Meccanici, it was decided to dissolve ANIMA and attribute its functions to the new Federation.

The first step, at the end of 1940, was to restyle the magazine. ‘This magazine’ wrote the President Guido Sartirana, ‘will be presented to its readers with a new identity and new programme to implement: to encourage as widely as possible the achievement of independence in all mechanical engineering sectors ... a vast and complex programme, the actual implementation of which will be entrusted above all to the collaboration and faith of technicians, employers and workers in order to increase, make independent and expand Fascist Italy on a world scale’.

L'Industria Meccanica was already firmly established within the national publishing landscape even though, as the same president of the federation stated, ‘its distribu-

tion has proven to be difficult due to the disinterest of many sectors in technical literature.” Apart from this, the first year led to an increase in subscriptions, not to mention the fact that ‘there was general approval among readers’.

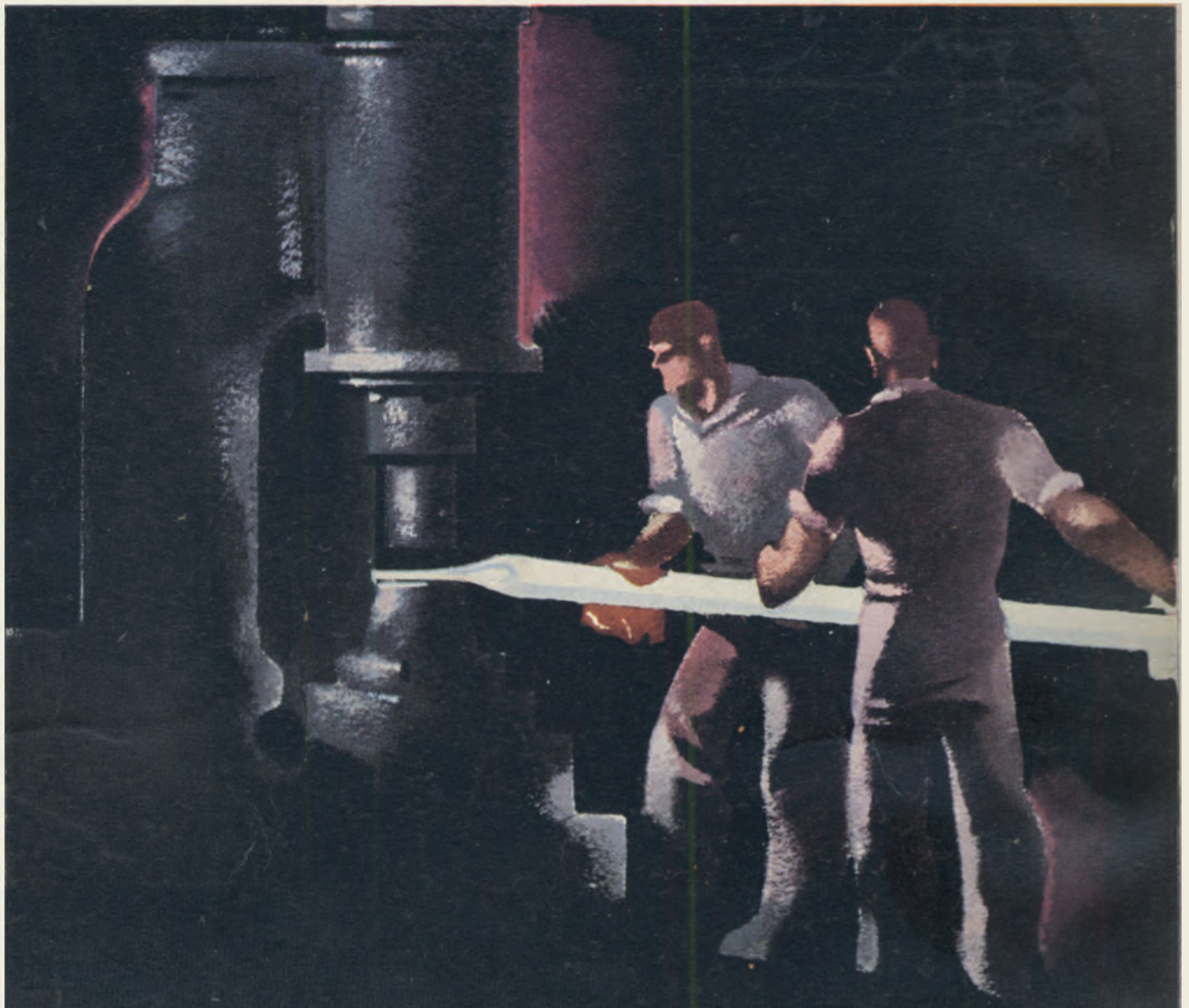
The magazine was ‘widely distributed free of charge wherever it seems appropriate to focus attention on our industry’, and copies were given out to advertisers and subscribers; in addition, 293 and 119 copies were sent free of charge and in exchange respectively mostly to foreign organizations or Italian representatives abroad. A “Review of foundries” was drafted, as was a summary of the mechanical engineering industry, which contained technical articles for small industrial foundries and for foundry technicians.

L'Industria Meccanica was edited by Emilio Ichino, with the assistance of an editorial committee, in Piazza Diaz 2 in Milan. Particularly conspicuous was the red header on which was written “publication promoted by the Federazione Nazionale Fascista degli Industriali Meccanici”. The cost of an annual subscription for Italy and the colonies was now 60 lire. New features included the column “Various recommendations regarding manufacturing activity” and more general articles such as “State action concerning exporting” and, again in the summer of 1942 “Make preparations for the post-war period. The production of machinery”. L'Industria Meccanica was issued until September 1943 and the last few issues, which now had less than 30 pages, clearly demonstrated the drop in association activity.

“

**TOWARDS THE END OF
THE 40S THE MAGAZINE
BENEFITTED FROM AN
IMPORTANT GRAPHIC AND
CONTENT RESTYLING**

”



L'alluminio prodotto autarchico per eccellenza

L'alluminio per la eccezionale resistenza meccanica e chimica e per la possibilità di sostituire progressivamente in molteplici impieghi altri metalli che l'autarchia respinge offre vantaggi che si affermano sempre più sicuramente nel campo delle applicazioni meccaniche



Lavorazione Leghe Leggere S.A. - Alluminio S.A.

MILANO VIA PRINCIPE UMBERTO N. 18 20



◀ PUBBLICITÀ STORICHE / LLL, LAVORAZIONE LEGHE LEGGERE S.A. - ALLUMINIO S.A. ANNI 1930-1945
HISTORICAL ADVERTISING / LLL, LAVORAZIONE LEGHE LEGGERE S.A. - ALLUMINIO S.A. YEARS 1930-1945

L'INDUSTRIA MECCANICA



ARONA



VOGHERA
TEL. 4100 ITALIA

MOTORI DIESEL INDUSTRIALI E MARINI GRUPPI ELETTOGENI MOTODINAMO
MOTOPOMPE DIESEL MOTOCOMPRESSORI GRUPPI AUSILIARI DI BORDO TREBBIATRICI

pubblicazione mensile
tecnico economica
ufficiale per gli atti
dell' A. N. I. M. A.



ANNO III - N. 10 - OTTOBRE 1951 - L. 350 LA C

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA 1951
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA 1951

CAPITOLO 4

*Dopo la guerra rinasce L'Industria Meccanica,
per ricostruire l'Italia fra piano Marshall e recupero
della capacità produttiva degli impianti*



CHAPTER 4

*Industria Meccanica was reborn after the war, to rebuild Italy between
the Marshall plan and recovering the productive capacity of plants*

UN NUOVO NUMERO "1"

A NEW NUMBER "1"

“

**DOPO SEI ANNI DI STOP
SI RIPARTE. OBIETTIVO:
FAR CONOSCERE NEL MONDO
I PRODOTTI MECCANICI ITALIANI**

”

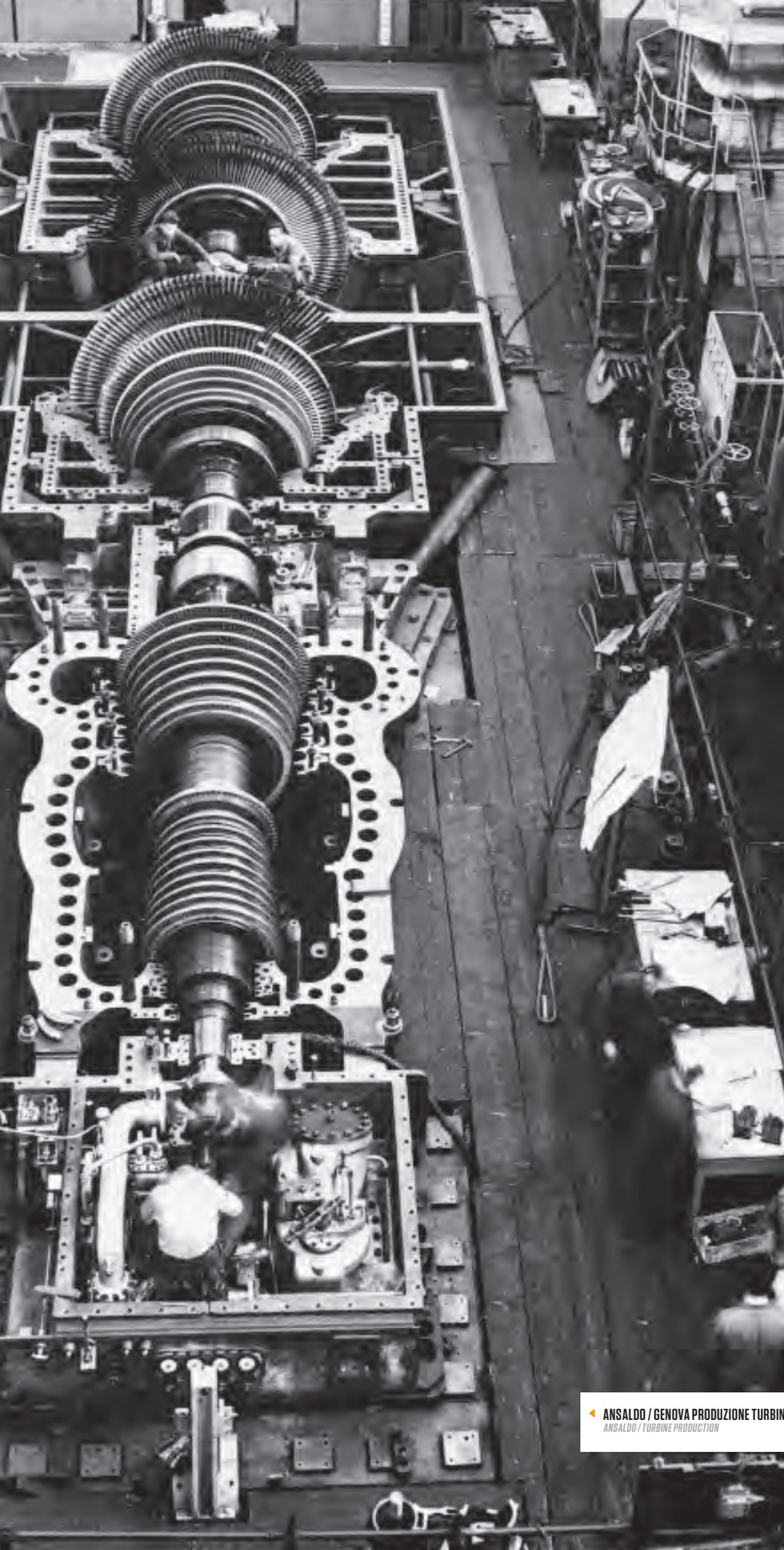
“**A**nno 1 - n. 1 - Agosto 1949”.
A distanza di circa sei anni
dall'ultima uscita, l'Industria
Meccanica tornava a nuova vita.

E “nuova” era anche l'aggettivo usato
dal presidente di Anima, il “comandante”
Federico Jarach, nel presentare la rivista.
Il titolo era rimasto lo stesso, i contenu-
ti erano sempre di carattere economico
e tecnico ma, a parte questo, il resto era
cambiato profondamente.

A cominciare dalla stessa associazione
che era stata rifondata all'indomani della
fine della guerra - il 25 maggio del '45 -
e che si trovava ad affrontare questioni
decisive per il futuro del settore mecca-
nico nazionale. Non a caso, proprio nella
breve presentazione della rivista veniva
sottolineata «l'importanza e la comples-
sità dei problemi tecnico-economici ora
in discussione» e quindi la necessità “in-
dispensabile” di avere a disposizione una
propria pubblicazione.

L'Industria Meccanica doveva diventare
lo strumento per poter entrare in con-
tatto con le ditte associate e per offrire
loro «ed a tutti i cultori e appassionati
della meccanica, una palestra aperta allo
studio ed alla divulgazione dei proble-
mi» che riguardavano questo importan-
te comparto industriale. Le righe scritte
da Jarach si concludevano con un breve
elenco degli scopi del nuovo mensile, a
iniziare con «il favorire in Italia e all'estero
la conoscenza e la diffusione dei prodot-
ti meccanici italiani». Si doveva puntare
all'incremento della produzione mecca-
nica nazionale attraverso una migliore





“

STARTING AGAIN AFTER
A SIX-YEAR STOP. GOAL:
TELL THE WORLD ABOUT
ITALIAN MECHANICAL
PRODUCTS

”

“Year 1 - no. 1 - August 1949”. Some six years after the last issue, the new L'Industria Meccanica was published. And a “new” adjective was also used by the ANIMA president, the “commander” Federico Jarach, to present the magazine. The title remained the same, the contents were still of an economic and technical nature, but the rest had changed considerably; beginning with the association, which was established again right after the end of the war - on 25th May 1945 - and which found itself having to tackle matters that were decisive to the future of the national mechanical engineering sector. By no coincidence, the brief presentation of the magazine underlined ‘the importance and complexity of the technical-economic problems now being discussed’ and therefore the “indispensable” need to have its own publication.

L'Industria Meccanica would become a tool for contacting member companies to offer them ‘and all enthusiasts and lovers of mechanical engineering, an open arena for the analysis and dissemination of awareness of problems’ concerning this important industrial sector. The lines written by Jarach concluded with a brief list of the aims of the new monthly publication, beginning with ‘the promotion of the understanding and distribution of Italian mechanical products in Italy and abroad’. It focussed on increasing domestic mechanical en-

◀ **ANSALDO / GENOVA PRODUZIONE TURBINE**
ANSALDO / TURBINE PRODUCTION



▲ **ESAB / DOTAZIONE PER SALDATORI - PRIMA METÀ '900**
 ESAB / WELDERS' EQUIPMENT - FIRST HALF OF 20TH CENTURY

conoscenza dei mercati di acquisto e di vendita dei prodotti e delle materie prime. Infine, le pagine de *L'Industria Meccanica* avrebbero dovuto incoraggiare «la collaborazione, nel campo tecnico e scientifico, tra le aziende esercenti l'industria meccanica e fra tecnici e studiosi italiani al fine del miglioramento della produzione».

C'erano poi le questioni urgenti.

In questi primi anni del dopoguerra, infatti, occorreva recuperare a pieno la capacità produttiva degli impianti, rimasti in parte sottoutilizzati durante il conflitto o anche danneggiati o distrutti a causa degli eventi bellici, ma anche scegliere un nuovo indirizzo produttivo in linea con le condizioni del mercato internazionale. Nel primo numero, una trentina di pagine, venivano affrontati diversi temi di natura tecnica - le ghise nodulari e la regolazione dei ventilatori centrifughi con distributore - ma erano quelli di carattere economico a tenere banco. A cominciare da un articolo dedicato all'industria meccanica varia e il commercio con l'estero e a un contributo che analizzava le possibilità di esportare in India e Pakistan. Cospicue erano inoltre le informazioni di ordine pratico che venivano date su questioni come i trasporti, i tributi, i convegni e le mostre e soprattutto sulle modalità con cui si poteva accedere al Piano Erp (European Recovery Program) meglio noto come "Piano Marshall", dal nome del Segretario di Stato americano che l'aveva annunciato nel giugno del '47.

C'è poi un altro aspetto da tenere presente. Nel quadro della ricostruzione europea, l'Italia era chiamata a partecipare anche con automezzi, materiale ferroviario, navi, motori elettrici e altro macchinario leggero.

*gineering production by ensuring a better understanding of the markets for purchasing and selling products and raw materials. Lastly, the pages of *L'Industria Meccanica* encouraged 'the collaboration, in technical and scientific fields, between companies operating in the mechanical engineering industry and Italian technicians and researchers with the aim of improving production'.*

Then there were the urgent matters. In the first few years after the war, it was necessary to restore the full production capacity of plants, many of which had been underused during the conflict or even damaged or destroyed by acts of war, but also to choose a new production direction in line with the conditions of the international market. In the first issue, of about thirty pages, various topics of a technical nature were discussed - types of ductile iron and the regulation of centrifugal fans with distributor - but it was articles of an economic nature that took centre stage; beginning with an article devoted to the mechanical engineering industry and trade with foreign countries and an article that analysed the possibility of exporting to India and Pakistan. There was also substantial practical information on matters such as transport, taxes, conferences and exhibitions, and above all on the methods for accessing the ERP Program (European Recovery Program), better known as the "Marshall Plan" after the name of the US Secretary of State who announced it in June 1947. There was also another aspect to take into consideration. Within the framework of European reconstruction, Italy was asked to partici-

“

**NEL SECONDO DOPOGUERRA
 IL TEMA DEL RECUPERO
 PRODUTTIVO DEGLI IMPIANTI
 È CENTRALE ALLA RIVISTA**

”

Esportare era ancora la parola d'ordine e, a tal fine, già dai primi numeri de *L'Industria Meccanica* venivano pubblicate tutta una serie di notizie utili a chi intendeva avviare rapporti commerciali con i diversi Paesi e altre informazioni utili come ad esempio l'elenco delle rappresentanze italiane all'estero. Grande spazio veniva dato dalla rivista all'imminente entrata in vigore della nuova tariffa doganale italiana che avrebbe sostituito quella entrata in vigore quasi trent'anni prima. La liberalizzazione degli scambi nell'area dell'Ocse (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) era un altro argomento a cui veniva data particolare attenzione con una serie di articoli tra i quali quello intitolato "Il commercio estero ad una svolta" uscito nel novembre del '51 o anche "Il vaso di coccio" del febbraio '52 sulla difficile posizione italiana a fronte del "colpo di timone in senso protezionista dei maggiori Stati occidentali". A quella data, la rivista appariva ben strutturata e consolidata attorno a temi di carattere economico senza peraltro ridurre l'attenzione agli argomenti tecnici e alle notizie relative all'attività di Anima e dei suoi gruppi di cui, è bene ricordare, *L'Industria Meccanica* continuava a essere organo ufficiale. Anzi, a partire dal 1950, sia le rubriche "Notiziario" che gli "Atti dell'associazione" avevano sostituito le circolari inviate alle singole ditte associate e questo avrebbe reso più stretto il legame tra rivista e soci.

Era questo il risultato auspicato nell'aprile del 1950 dall'allora presidente Jarach che nel corso dell'assemblea annuale

pate with vehicles, railway material, ships, electrical motors and other light machinery.

Exporting was still the watchword and, for this reason, even in the first few issues of L'Industria Meccanica, useful information was published that would be helpful to those intending to set up trading relationships with various countries, as well as other helpful information, such as the list of Italian representatives abroad. Considerable space was given in the magazine to the imminent entry into force of the new Italian customs tariff, which was to replace the tariff that came into force almost thirty years earlier. The liberalization of trade in the OCSE area (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico - Organization for Economic Cooperation and Development) was another topic that received particular attention with a series of articles, some of which had the titles "Foreign trade at a turning point", published in November 1951, and "The earthenware pot", in February 1952, on the difficult position in Italy in light of the "change of direction towards protectionism of the major western countries". At that time, the magazine appeared to be well structured and concentrated on topics of an economic nature, but still kept its focus on technical topics and news of ANIMA's business and its groups for which, it is worth remembering, L'Industria Meccanica continued to be the official publication.

“

IN THE SECOND POST-WAR PERIOD THE MAIN SUBJECT FOR THE MAGAZINE WAS THE RECOVERY OF PRODUCTION PLANTS

”

STERLING / ATTO DI COSTITUZIONE SOCIETÀ POMPE OLONA 1944
STERLING / DEED OF INCORPORATION POMPE OLONA 1944



aveva invitato tutti a cercare di migliorare L'Industria Meccanica «tenendo conto che tale Rivista, inviata gratuitamente a tutti gli associati, è altresì spedita a tutti gli addetti commerciali e Camere di commercio italiane all'estero, ai Ministeri e numerose personalità».

La pubblicazione mensile, in altre parole, doveva essere prima di tutto «un comodo e rapido mezzo» per fornire il maggior numero di notizie e informazioni al mondo della meccanica già di per sé complesso e variegato e anche strumento «per divulgare le possibilità di produzione dell'industria meccanica italiana nei vari settori». Serviva però, come sottolineava ancora Jarach, la «volenterosa collaborazione delle Ditte associate» attraverso, per esempio, «per le ditte maggiori il sottoscrivere di abbonamenti supplementivi (a prezzo ridotto) oltre al 1° gratuito, da distribuire ai propri Uffici».

Un'altra via poteva essere «far pervenire alla Segreteria di Anima articoli da pubblicare gratuitamente sulla Rivista» o, infine, «con l'avvalersi per le loro inserzioni pubblicitarie a pagamento anche della Rivista». Il mensile sarebbe cresciuto rapidamente sia sotto la guida del primo direttore, il segretario dell'Associazione, Emilio Ichino, scomparso prematuramente nel novembre del '50, che con la direzione del dott. Salvatore Petroli.

Merito anche di un comitato di redazione composto da figure imprenditoriali di assoluto valore come per esempio il vice presidente Carletto Grondona dell'omonima società genovese e Guido Ucelli dirigente della Costruzioni Meccaniche Riva e fondatore del Museo nazionale della Scienza e Tecnica di Milano.

Direzione e redazione avevano sede in piazza Diaz a Milano, a due passi dal Duomo. Come già detto, ogni azienda associata riceveva un numero gratuito, mentre l'abbonamento annuale costava 3.000 lire, il doppio se inviato all'estero. Prendendo in esame l'indice del numero del novembre 1951, per esempio, si può notare la presenza di un editoriale, dei già citati "Atti dell'associazione" e del "Notiziario dell'Anima" che rispettivamente trattavano l'attività del sodalizio e dei gruppi che lo componevano, mentre il secondo era suddiviso in "Informazioni varie", "Trasporti", "Finanziarie e tributarie", "Scambi con l'estero" e "Convegni e mostre". Completava il tutto, la sezione "Tecnica" che pubblicava articoli, le "risposte ai quesiti tecnici", una rassegna stampa tecnica e, talvolta, uno speciale dedicato a particolari settori della meccanica, nel caso specifico un lavoro sulla "Navalmecanica nel quadro dell'industria italiana". In tutto circa 40 pagine con un cospicuo numero di informazioni in genere ben dettagliate. Il riferimento va, per esempio, alla rubrica "Scambi con

Indeed, from 1950, both the columns "News reports" and "Association activities" replaced the newsletters sent to individual member companies, and this strengthened ties between the magazine and members.

This was the result hoped for in April 1950 by the then President Jarach, who during the annual meeting invited everyone to help improve L'Industria Meccanica 'taking into account that this magazine, sent free of charge to all association members, is also sent to all Italian sales agents and chambers of commerce abroad, and to Ministries and numerous personalities'. The monthly publication, in other words, was to be first of all 'an easy, fast way' to deliver the greatest amount of news and information to the world of mechanical engineering, already complex and diverse in itself, and also a tool 'for disseminating the production opportunities of the Italian mechanical engineering industry in various sectors'. However, as Jarach pointed out yet again, the "willing cooperation of member companies" was required by means of, for example, 'additional subscriptions (at a reduced price) for larger companies in addition to the first one free of charge, to be distributed to their offices'. Another way could be to 'send to the administrative office of ANIMA articles to be published free of charge in the magazine' or, lastly 'use the magazine for their paid advertisements'. The monthly publication grew rapidly under the guidance of the first editor, the secretary of the Association, Emilio Ichino, who passed away prematurely in November 1950, as well as under the management of Salvatore Petroli. This growth was also the merit of an editorial committee composed of highly esteemed businessmen such as the Vice-President Carletto Grondona of the Genoese company of the same name and Guido Ucelli, director of Costruzioni Meccaniche Riva and founder of the National Museum of Science and Technology in Milan.

Management and publishing were based in Piazza Diaz in Milan, a stone's throw from the Duomo. As stated previously, each member company received a free issue; the annual subscription was 3,000 lire, and double that amount if sent abroad. Examining the table of contents of the November 1951 issue, for example, we can note the presence of an editorial, the previously mentioned "Association activities" and "ANIMA news report", the first of which dealt with the activity of the association and the groups it was composed of, while the second was divided into "Other Information", "Transport", "Financial and tax information", "Foreign trade"



VIR / PRODUZIONE VALVOLE ANNI 1960-1970
VIR / PRODUCTION OF VALVES YEARS 1960-1970



l'estero" che offriva ai lettori sia le novità in termini legislativi e regolamentari in Italia e all'estero, che anche notizie commerciali provenienti dalle diverse nazioni. Tipico di questo periodo post-bellico, è la pubblicazione di diverse informative relative alle richieste di indennizzo per i danni di guerra subiti (e questo sarà una costante anche per i due decenni successivi), alla normativa sulle assunzioni obbligatorie degli invalidi di guerra, alle denunce dei beni italiani in Albania ed Etiopia e all'iter da seguire per il recupero dei beni requisiti dai Tedeschi.

Ricca anche la parte dedicata alle nuove pubblicazioni: dall'Annuario del commercio estero alle "Guide arabe" pubblicate a Beirut, ai convegni, mostre ed esposizioni che interessavano il comparto meccanico in Italia e fuori dai nostri confini. Uno spazio consistente veniva dedicato, nei numeri di marzo e aprile, alla Fiera Campionaria di Milano.

Del resto, come scriveva Edoardo Savino in occasione dell'edizione 1950, il padiglione della Meccanica era chiamato per antonomasia «il colosso» della Fiera «per

la sua maestosità ed imponenza: esso è la meta di tutti i visitatori, intenditori e non intenditori, interessati e non interessati».

E la partecipazione alla manifestazione milanese diventava anche un momento particolare per le aziende che vi partecipavano e a cui la rivista concedeva al suo interno una discreta visibilità.

Nel maggio del 1953, il nuovo presidente prof. Mario Marconi durante l'assemblea generale dei soci si soffermava sulla crescita de L'Industria Meccanica diventato «un organo di consultazione molto diffuso». Nel tempo, la rivista era stata "perfezionata" e, oltre ai contenuti citati in precedenza, venivano regolarmente pubblicati i listini prezzi dei materiali di maggior consumo nel settore e il costo della manodopera, statistiche periodiche e note tecniche. Migliorata anche la diffusione, infatti, oltre alle copie per i soci, un altro migliaio veniva distribuita all'estero (addetti commerciali, camere di commercio, organizzazioni e associazioni estere di settore, etc.) oltre che a tutti i ministeri, agli enti pubblici e alle principali organizzazioni economiche nazionali.

LOMBARDINI / OFFICINA 1950-1960
LOMBARDINI / WORKSHOP 1950-1960



and "Conferences and exhibitions". Completing the publication was the section "Technology", which published articles, the "answers to technical questions", a technical press review and, occasionally, a special article dedicated to particular sectors of the mechanical engineering industry, for example, a study of "Shipbuilding within the context of Italian industry".

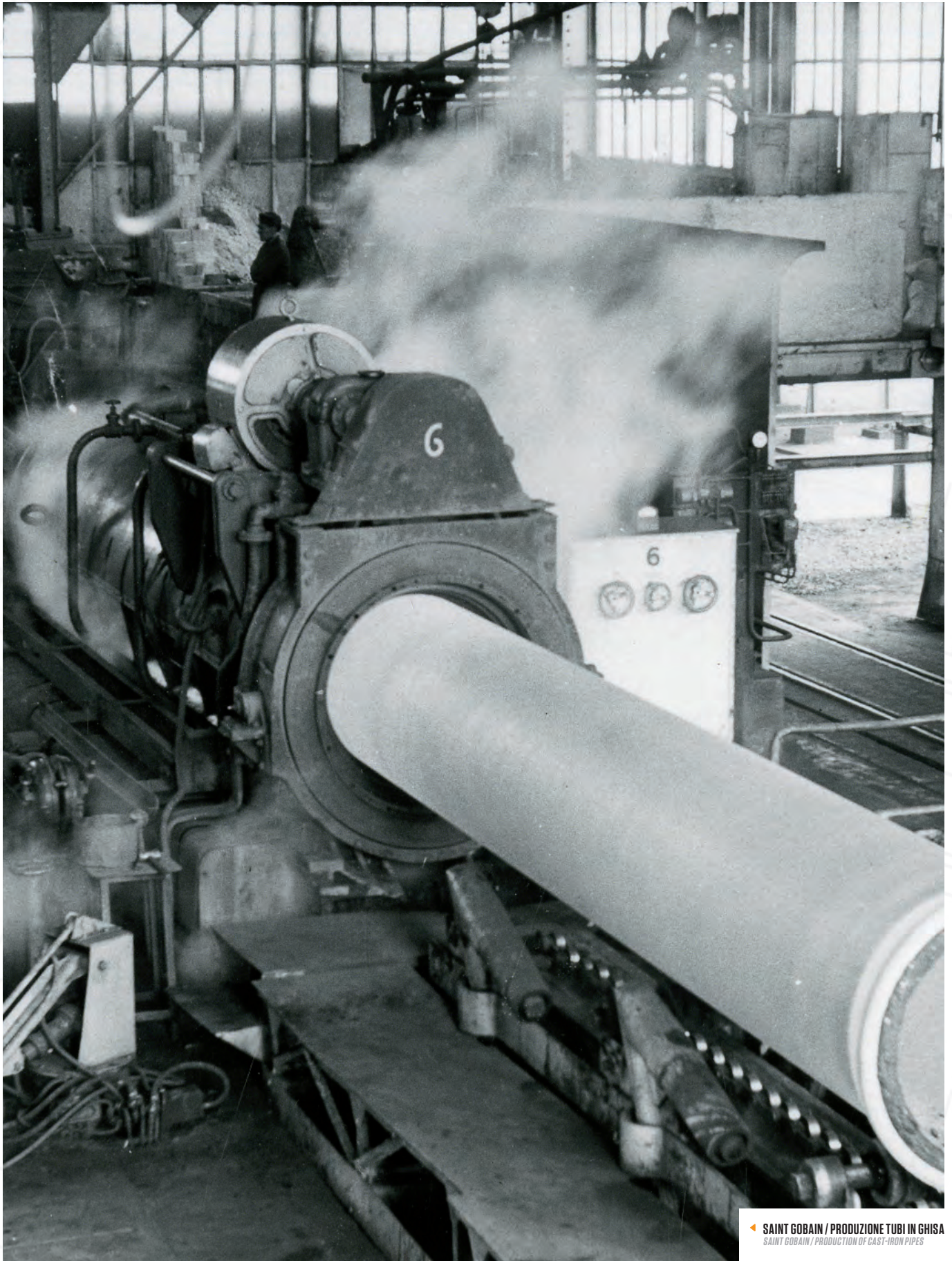
The entire magazine was about 40 pages long with a considerable amount of information that was generally very detailed, for example, the column "Foreign trade" offered readers information on new legislation and regulations in Italy and abroad, as well as business news from various countries.

Typical of this post-war period was the publication of information regarding requests for compensation for war damage suffered (and this would continue for the next two decades), on regulations regarding the mandatory employment of people disabled by war, on claims concerning Italian goods in Albania and Ethiopia, and the procedure to follow to recover goods confiscated by the Germans. There was also an extensive section dedicated to new publications, including the foreign trade yearbook, "Arab guides" published in Beirut, as well as conferences, exhibitions and expositions that concerned the me-

chanical engineering industry in Italy and beyond Italian borders.

Permanent space was devoted, in the March and April issues, to the Trade Fair of Milan. Furthermore, as Edoardo Savino wrote during the 1950 edition, the Mechanical Engineering Pavilion was rightly called 'the colossus' of the Trade Fair for 'its grandeur and impressiveness: it is the destination of all visitors, whether they are experts or just have an interest in the industry. Participation in the Milanese event also became a unique occasion for companies, which were given discreet visibility by the magazine.

In May 1953, the new President, Prof. Mario Marconi, during the general members' meeting, reflected on the growth of L'Industria Meccanica, which had become 'a widespread tool of consultation'. In the meantime, the magazine was "perfected" and, in addition to the contents mentioned previously, regularly published price lists of widely used materials in the sector and the cost of labour, as well as periodical statistics and technical notes. Distribution was also improved and, in addition to copies for members, a further thousand copies were distributed abroad (agents, chambers of commerce, foreign trade organizations and associations, etc.), as well as to all ministries, public authorities and the principal national economic institutions.



◀ SAINT GOBAIN / PRODUZIONE TUBI IN GHISA
SAINT GOBAIN / PRODUCTION OF CAST-IRON PIPES

L'INDUSTRIA MECCANICA

ARONA

VOGHERA

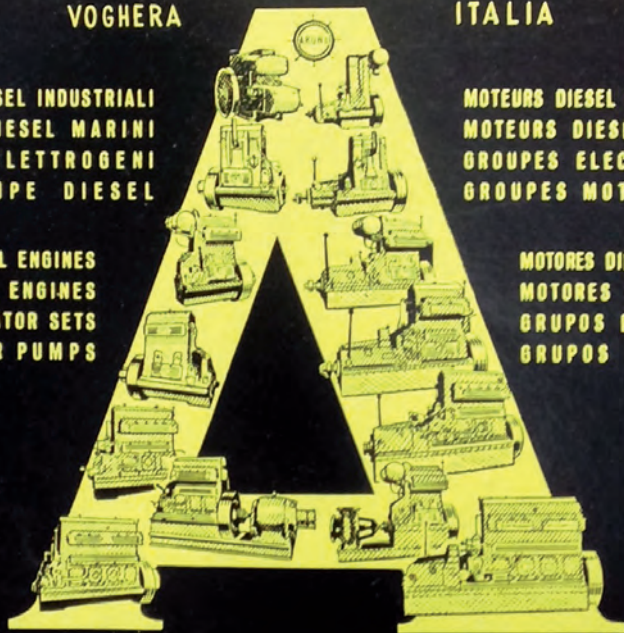
ITALIA

MOTORI DIESEL INDUSTRIALI
MOTORI DIESEL MARINI
GRUPPI ELETTROGENI
MOTOPOMPE DIESEL

MOTEURS DIESEL INDUSTRIELS
MOTEURS DIESEL MARINS
GROUPES ELECTROGENES
GROUPES MOTOPOMPES

INDUSTRIAL DIESEL ENGINES
MARINE DIESEL ENGINES
ELECTRIC GENERATOR SETS
DIESEL MOTOR PUMPS

MOTORES DIESEL ESTACIONARIOS
MOTORES DIESEL MARINOS
GRUPOS ELECTROGENOS
GRUPOS MOTOBOMBAS



OFFICINE MECCANICHE E FONDERIE

Fausto ARONA & Figli

P.ZZA CARDUCCI 6 VOGHERA TELEFONO N. 4100

UFFICI COMMERCIALI:

MILANO - VIA VENINI N. 24 - TELEFONO 287440
GENOVA - VIA PONTE REALE 2/4B - TELEFONO 24218
VENEZIA - S. MARCO 4147 (Calle Loredan) - TELEFONO 27269

pubblicazione mensile
tecnico economica
ufficiale per gli atti
dell' A. N. I. M. A.



ANNO V - N. 9 - SETTEMBRE 1953 - L. 350 LA C

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA 1953
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA 1953

CAPITOLO 5

Anni '50: i primi passi del mercato comune europeo visti dall'industria. Fra i nuovi temi anche la formazione e l'istruzione di ingegneri e tecnici



CHAPTER 5

The 50s: the first steps in the European common market seen from the industry's point of view. New topics included the training and education of engineers and technicians

PRIMI PASSI D'EUROPA IL MERCATO COMUNE

EUROPE'S FIRST STEPS: THE COMMON MARKET

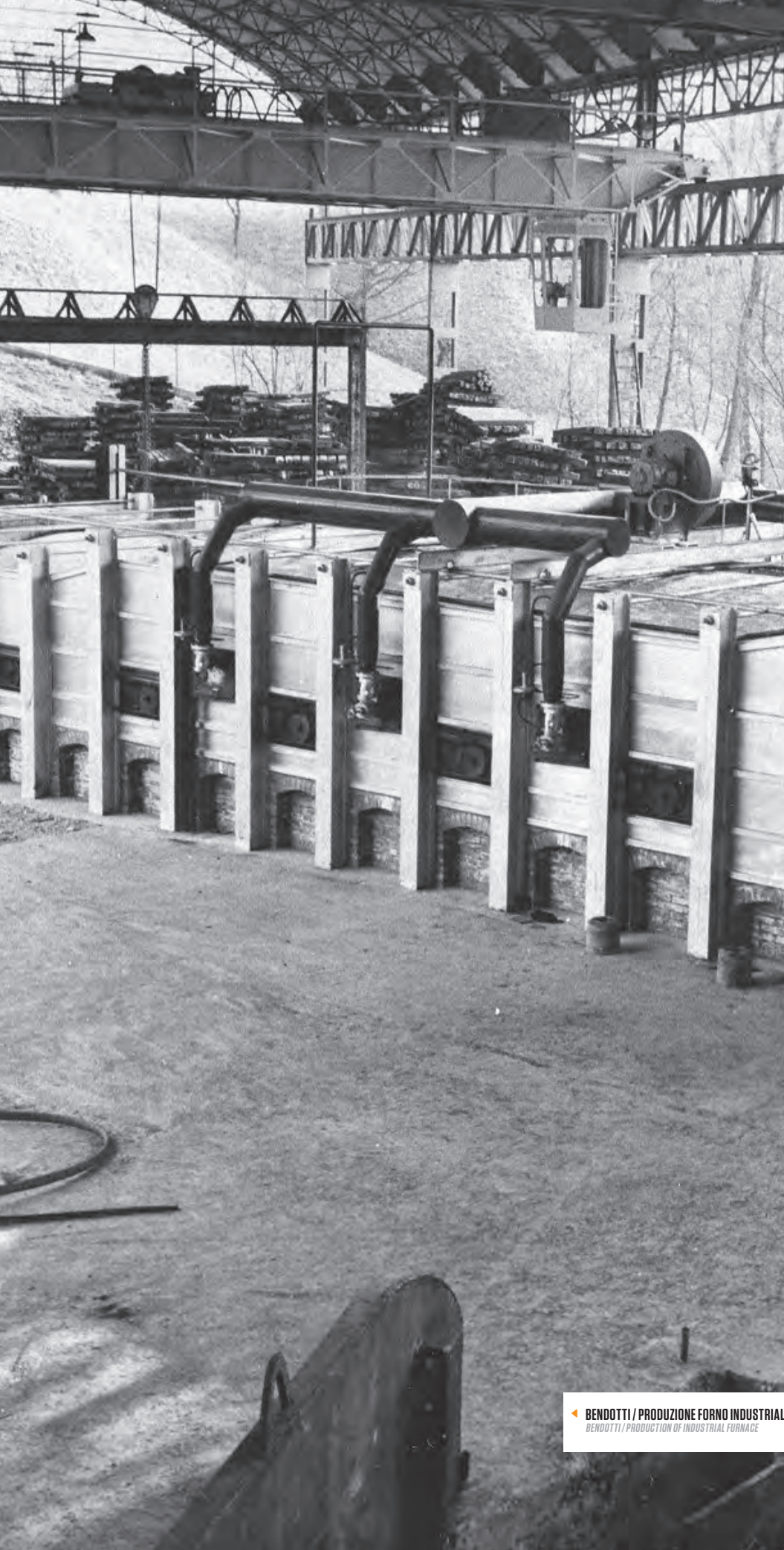
“

L'ITALIA CORRE VERSO
IL "MIRACOLO ECONOMICO"
E L'INDUSTRIA MECCANICA
È A TRAINO DELL'ECONOMIA

”

Alla metà degli anni Cinquanta, si era ormai rafforzato il trend di crescita della produzione meccanica italiana con un aumento più che proporzionale delle esportazioni. Il settore occupava oltre 600.000 dipendenti che rappresentavano quasi il 20% di tutti gli addetti del settore industriale. Si stava andando verso il cosiddetto "miracolo economico" ma, in vista, c'era anche un altro importante appuntamento: la nascita del Mercato Comune Europeo (Mec). La posizione sostenuta dagli industriali meccanici sulle pagine della rivista era di sostegno alla creazione del Mec, considerata l'unica strada per raggiungere l'unità politica europea. Il Trattato di Roma, firmato il 25 marzo 1957, non doveva compromettere i risultati raggiunti ma al contrario essere uno strumento per riequilibrare gli squilibri esistenti negli scambi commerciali. Sono diversi gli editoriali pubblicati, già a partire dalla metà del decennio, che si occupavano di questi temi. "Note sulla possibilità di un'adeguata espansione economica e industriale dell'Italia all'estero", "Politica delle importazioni italiane in funzione delle nostre esportazioni" sono alcuni dei titoli usciti nel biennio 1955-'56. Particolarmente interessante, il contributo a firma del vice-presidente Giuseppe Braibanti uscito nel settembre '55 e intitolato "Gli industriali meccanici devono muoversi" in cui si evidenziava come gli industriali europei dovessero sostenere le unioni economico-doganali, le uniche in grado di creare un grande "mercato interno" sul modello di quello americano.





“

ITALY WAS RACING TOWARDS
THE "ECONOMIC MIRACLE"
AND THE MECHANICS
INDUSTRY WAS DRIVING
THE ECONOMY

”

By the mid-fifties, the growth of Italian mechanical engineering production was now well established with an exponential increase in exports. The sector engaged over 600,000 employees, representing almost 20% of workers in the industrial sector. The country was heading towards the so-called "economic miracle", but another important event was also in sight: the birth of the European Common Market (ECM).

The position defended by mechanical engineering industrialists on the pages of the magazine was in support of the creation of the ECM, which was considered to be the only route for achieving European political unity. The Treaty of Rome, signed on 25 March 1957, did not compromise the results achieved but, on the contrary, was a tool for rebalancing trade imbalances.

Various editorials were published, beginning in the middle of the decade, which dealt with these topics. "Notes on the possibility of adequate economic and industrial expansion of Italy abroad" and "Italian import policy based on our exports" were just some of the titles published in the two year-period 1955-1956.

Particularly interesting was the article written by the Vice-President Giuseppe Braibanti, published in September 1955 and entitled "Mechanical engineering industrialists must take action", which highlighted how European industrialists should

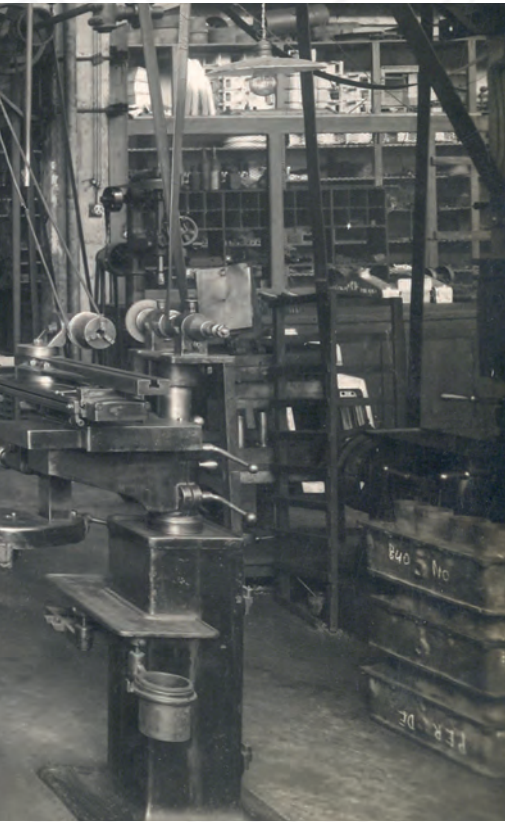


▲ ING. ENEA MATTEI / OFFICINA ANNI 1950-1960
ING. ENEA MATTEI / WORKSHOP YEARS 1950-1960

Alla vigilia della firma del Trattato istitutivo del Mercato comune europeo, Anima ribadiva il suo sostegno pur non facendo mancare le proprie osservazioni e auspicci. Gradualità, armonizzazione, prudenza erano alcuni termini usati per spiegare come per gli industriali meccanici dovesse concretizzarsi questo primo passo verso l'integrazione europea. E mentre si rifletteva sull'Europa, si iniziava a guardare oltrecortina: "È possibile lo sviluppo dei nostri commerci di pace con i Paesi dell'Est?" e anche "Gli scambi Est-Ovest". In quest'ultimo, scritto da Salvatore Petrolì, nel marzo '56, veniva analizzata la relazione presentata al Congresso degli Stati Uniti sulla situazione degli scambi commerciali «tra il mondo libero e i paesi del blocco sovietico». Rapporti che avevano subito un certo rallentamento e sui quali pesava la diversa concezione dei rapporti internazionali soggetti a Est a un ferreo controllo statale. L'autore auspicava lo sviluppo delle relazioni tra Italia e blocco sovietico anche se si dovevano superare diversi ostacoli tra cui «la cattiva qualità dei prodotti d'exportazione e incerti nelle consegne dei prodotti stessi» e il «comportamento ostile, irragionevole e rigidamente burocratico in sede di trattative». Poco più di anno più tardi, l'Italia firmava un trattato commerciale con l'Unione Sovietica che, secondo *L'Industria Meccanica*, avrebbe avuto importanti conseguenze sulla meccanica

support economic-customs unions, the only ones able to create a large "internal market" based on the US model. On the eve of the signing of the European Common Market Treaty, ANIMA reiterated its support while expressing its observations and hopes. Gradual development, harmonization, prudence were some of the terms used to explain how mechanical engineering industrialists should implement this first step towards European integration.

And while reflecting on Europe, it began to look beyond the Iron Curtain: "Can we develop trade during peace time with eastern countries?" and "East-west trade". The latter article, written by Salvatore Petrolì in March 1956, analyzed the report presented to the United States Congress on the situation of trading 'between the free world and Soviet Block countries'. Relationships had slowed and were influenced by a different idea of international relations, which in the East were subject to strict state control. The author hoped for a development in relations between Italy and the Soviet Block even though various obstacles had to be overcome, including 'the poor quality of export products and the uncertainty of delivery of the same products' and the 'hostile, unreasonable and rigidly



nazionale. A tenere banco sulle pagine della rivista erano sempre i primi passi del Mercato comune.

Diversi, infatti, gli interventi sul rapporto integrazione europea e aziende minori e sui problemi della piccola e media industria (la cui presenza nel tessuto industriale nazionale era più che discreta) come anche sulla ventilata creazione della Zona di Libero Scambio che riguardava diverse nazioni per esempio la Gran Bretagna, e che doveva integrare quella formata dagli stati facenti parte del Mec. La prima applicazione della nuova istituzione, nel marzo del 1959, provocava alcune perplessità o come recitava il titolo dell'articolo "una difformità di concezioni", mentre i diversi tentativi di alcuni Paesi di ridurre i tempi per l'applicazione integrale del trattato, generava una concreta preoccupazione negli industriali meccanici. Tanto che, all'inizio del 1960, il direttore del mensile Petroli concludeva con un laconico avvertimento: il settore meccanico era cresciuto per quantità e qualità ma anche i "miracoli" non potevano durare in eterno. Si cercavano anche nuovi sistemi per aumentare la concorrenzialità delle imprese italiane. Nel gennaio del '50, all'interno della rubrica "Note e commenti" si iniziava a parlare di riduzione dei costi di produzione.

bureaucratic behaviour during negotiations'. Just over a year later, Italy signed a trade deal with the Soviet Union which, according to L'Industria Meccanica, would have important consequences on the national mechanical engineering industry.

Taking centre stage on the pages of the magazine continued to be the first moves of the Common Market. There were various pieces on the relationship between European integration and small companies and on the problems of small-medium industries (whose presence in the national industrial fabric was more than discreet) and on the proposed creation of the Free Trade Zone involving various countries such as Great Britain, which would integrate the zone formed by the countries in the ECM. The first initiative of the new institution, in March 1959, caused perplexity or, as stated in the title of the article revealed "A difference of ideas", while the various attempts of certain countries to reduce the time required for complete application of the treaty generated serious concern among mechanical engineering industrialists.

ROVATTI POMPE / IL FONDATORE VIRGILIO ROVATTI (SECONDO DA DESTRA) ALLA FIERA AGRICOLA DI VERONA 1962.
 ROVATTI POMPE / THE FOUNDER VIRGILIO ROVATTI (SECOND FROM THE LEFT) AT THE VERONA AGRICULTURAL FAIR 1962.



L'autore spiegava che non si poteva agire una tantum ma occorreva un vero e proprio programma che coinvolgesse diversi uffici aziendali. Non era nemmeno semplice all'interno dell'impresa arrivare a determinare con precisione come, dove e quanto intervenire. Sul mercato operavano già alcuni consulenti, ma era agli Stati Uniti che occorreva guardare. L'articolo proseguiva citando un corso di quattro giorni tenuto da un esperto americano che si era svolto a Roma nel gennaio precedente e che aveva fornito importanti elementi di discussione. Gli Stati Uniti e l'organizzazione economica a stelle e strisce rappresentavano un vero modello di riferimento per l'Italia come per altre nazioni europee. Sulla rivista si iniziava a parlare di "industrial design" e soprattutto di Export-Marketing oggetto di un ciclo di incontri, di una missione di cinque settimane organizzata dall'Agenzia europea per la produttività destinata ai dirigenti di associazioni industriali alla scoperta delle pubbliche relazioni e venivano presentati una serie di studi di mercato prodotti dalla prestigiosa università di Harvard.

Altro tema sviluppato da *L'Industria Meccanica* era quello del nucleare, o meglio delle applicazioni in tempo di pace dell'energia "atomica". Anche in questo caso, la rivista ospitava numerosi contributi che trattavano le prospettive di sviluppo del nucleare con particolare riguardo alla situazione italiana e venivano presentati corsi sull'energia atomica negli Usa per dirigenti industriali. Sull'argomento, intervenivano spesso i rappresentanti del Centro Informazioni Studi ed Esperienze - Cise che dal 1946 si occupava in zona Lambrate a Milano delle applicazioni del nucleare

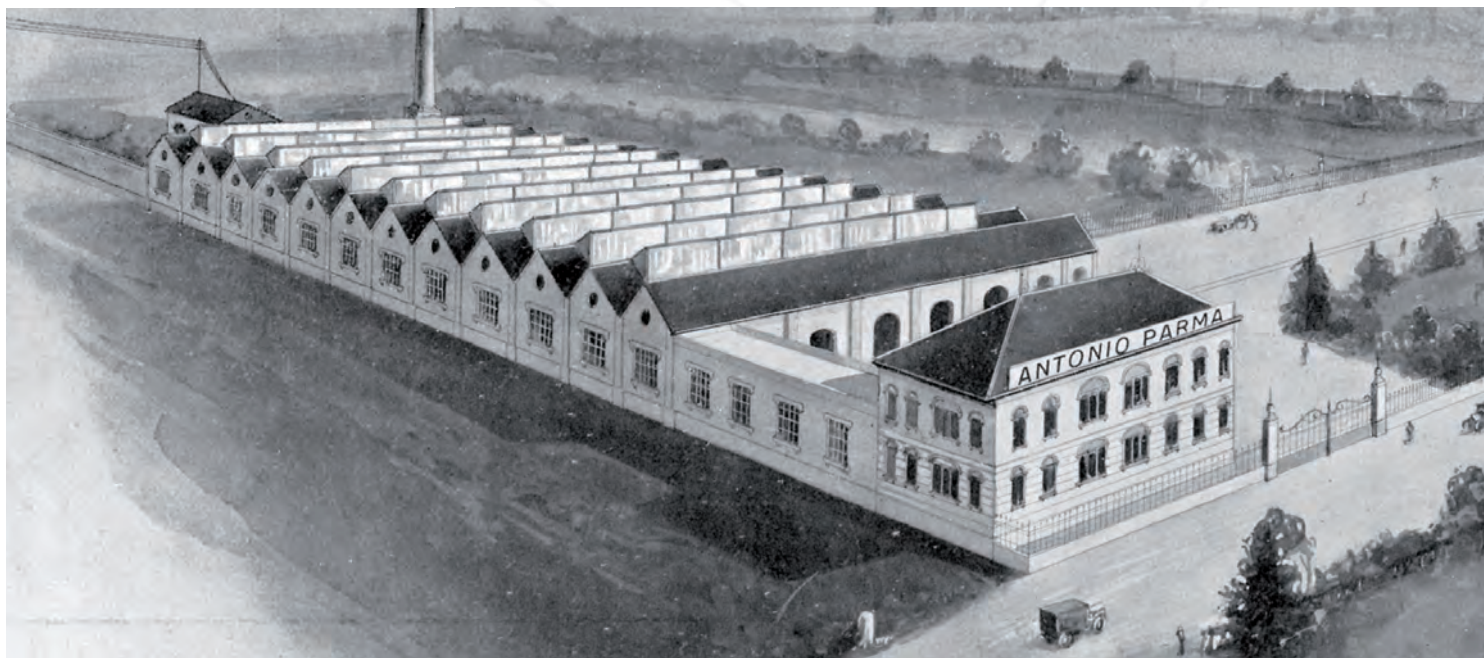
So much so that, at the beginning of 1960, the editor of the monthly magazine Petroli concluded with a laconic warning: the mechanical engineering sector had grown in terms of quantity and quality, but even "miracles" could not last for eternity. New systems were also sought to increase the competitiveness of Italian businesses. In January 1950, in the column "Notes and comments", the topic of reducing production costs began to be discussed. The author explained that this could not be achieved in one go, but a concrete plan needed to be developed that involved various company departments. Within a company it was not even easy to determine with precision how, where and to what extent action was necessary. Several consultants already operated on the market, but it was to the United States that people needed to look. The article continued by mentioning a four-day course held by an American expert the previous January, which provided important elements for discussion. The United States and its economic organization were a real model of reference for Italy and the other European nations. The magazine began to speak of "industrial design" and particularly Export Marketing, which was the subject of a cycle of meetings and a five-week trip organized by the European Agency for Productivity for directors of industrial associations to learn about public relations, and a series of market research studies produced by the prestigious university of Harvard were presented.

“

**DAGLI STATI UNITI
ALLE PAGINE DELLA RIVISTA:
NON SOLO INDUSTRIAL DESIGN
E EXPORT-MARKETING**

”

PARMA ANTONIO & FIGLI / STABILIMENTO DI SOLARO (MI) VEDUTA AEREA
▼ PARMA ANTONIO & FIGLI / PLANT IN SOLARO (MI) AERIAL VIEW



per scopi civili. L'istituzione della Comunità europea dell'energia nucleare (Euratom) nel gennaio del '58 veniva giudicata con molto favore e, nel numero di gennaio di due anni dopo, ci si concentrava sullo "sguardo al futuro: energia nucleare, missili e motori diesel". Era partita la corsa allo spazio ma prima c'erano da affrontare questioni più urgenti.

La formazione e l'istruzione di ingegneri e tecnici era un'altra di quelle questioni che la rivista affrontava con una certa costanza in questi secondi anni Cinquanta.

Tra i primi ad attirare l'attenzione sull'argomento era stato Vieri Pecori Giraldi con l'articolo "La preparazione dei tecnici in Italia" pubblicato nell'ottobre del 1956.

La mancanza di personale qualificato lungo tutta la storia dell'industria italiana non era di certo un tema inesplorato, ma in un'epoca ormai dominata dalla scienza e segnata da un rapido sviluppo tecnologico era diventata una questione quasi esiziale. In Italia occorre ogni anno almeno 5000 ingegneri ma le università arrivano a laurearne un numero variabile da 1000 a 2000 ben lontani, come citava la rivista americana Power, dai 23.000 nuovi ingegneri d'oltreoceano e i 63.000 che uscivano ogni dagli atenei della Russia. Gli abbandoni erano una vera e propria piaga e le cause erano da ritrovare nel costo e nella durata del ciclo di studi, senza dimenticare la «mente degli studenti che non è spesso all'altezza degli studi da compiere». La soluzione indicata era la creazione di una figura specializzata intermedia tra periti industriali e ingegneri che avrebbe dovuto formarsi grazie a un corso universitario di tre anni. Proposte innovative a parte, *L'Industria Meccanica* avrebbe

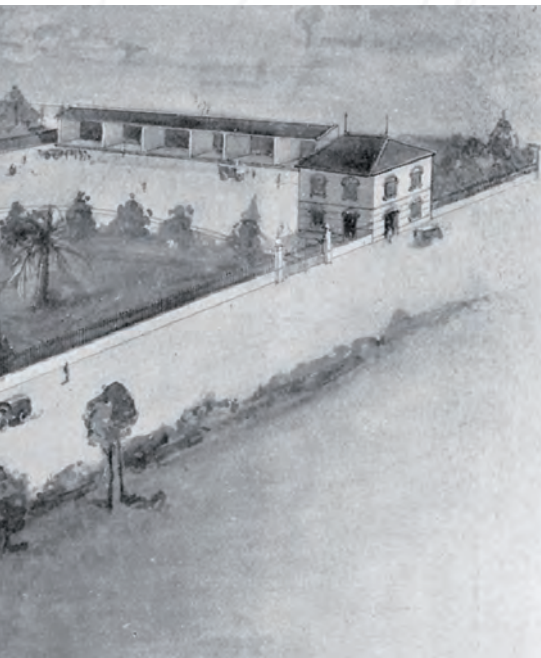
Another topic developed by L'Industria Meccanica was nuclear power, or rather the applications in peace time of "atomic" energy.

Even in this case, the magazine featured numerous articles dealing with the prospect of nuclear energy development, with particular regard for the Italian situation, and presented courses on atomic energy for industrial Executives in the USA. Often intervening in the topic were representatives of the Centro Informazioni Studi ed Esperienze - CISE, which since 1946, in the Lambrate area, had looked into nuclear power applications for civil purposes. The European Atomic Energy Community (EURATOM) in January 1958 was viewed very favourably and in the January issue of two years later, focus was placed on "looking to the future: nuclear power, missiles and diesel engines".

“

FROM THE UNITED STATES
TO THE MAGAZINE PAGES:
NOT JUST INDUSTRIAL
DESIGN AND EXPORT-
MARKETING

”



SAER ELETTROPOMPE / DIPENDENTI SEDE DI GUASTALLA (RE) ANNI '50 ▲
SAER ELETTROPOMPE / EMPLOYEES IN THE GUASTALLA (RE) OFFICES, 1950S



DORIN / IL FONDATORE MARIO DORIN ▲
DORIN / THE FOUNDER MARIO DORIN

trattato la questione del capitale umano da diverse angolature: dando notizia delle possibilità di esperienze all'estero per i giovani ingegneri italiani, proponendo corsi di addestramento per neo-laureati e uno schedario per i laureati in Ingegneria e occupandosi anche di apprendistato e di formazione professionale.

Sempre grande risalto veniva dato a quelle informazioni "di servizio" per esempio all'analisi dei provvedimenti statali a favore del Mezzogiorno e ai finanziamenti concessi per le zone depresse dell'Italia Settentrionale e Centrale, all'entrata in vigore del nuovo contratto metalmeccanico nel '56 o alla proroga del Piano Ina-Casa dal 1956 al '63 per soddisfare la grande richiesta di nuove abitazioni specie nei centri industriali del Nord Italia.

Di crescente interesse anche lo sviluppo dei trasporti in genere, della rete auto-

stradale e le conseguenti modifiche normative e regolamentari fino all'introduzione del nuovo codice della strada a cui quasi mensilmente veniva dedicato in un apposito paragrafo.

Tante le informazioni che trattavano di innovazioni nel settore come per esempio i colori distintivi per contenitori di taluni gas o il nuovo dizionario delle sigle.

Sempre in questo periodo, la sezione "Tecnica" aveva trovato maggior spazio.

Tra gli argomenti trattati, quello dell'automazione era il più presente al pari di quelle innovazioni volte ad aumentare la produttività. Il cambiamento tecnologico si stava facendo sempre più rapido e, tra la presentazione di nuovi apparecchi e macchine e il resoconto di un convegno internazionale di cibernetica, veniva regolarmente pubblicato il repertorio dei film tecnico-pubblicitario redatto da Confindustria.

The space race had begun but first there were more urgent matters to tackle. The training and instruction of engineers and technicians was another of the matters discussed by the magazine quite frequently in the second half of the fifties. One of the first people to focus attention on the topic was Vieri Pecori Giraldi in the article "The preparation of technicians in Italy" published in October 1956. The lack of qualified personnel throughout the long history of Italian industry was certainly not an unexplored topic, but in an era dominated by science and marked by rapid technological development it had become a matter of survival.

In Italy, each year, at least 5000 engineers were required, but only between 1000 to 2000 were graduating from the universities, a long way, as the American magazine Power stated, from the 23,000 new engineers coming out of the US and the 63,000 from the universities of Russia.

The numbers of students abandoning courses were a real scourge and the causes were due to the cost and length of the courses, without forgetting that the 'mind of students is often not up to the standard of the studies to be completed'.

The solution given was the creation of a specialist figure halfway between an industrial expert and an engineer, who could be trained thanks to a university course of three years.

Innovative proposals aside, L'Industria Meccanica tackled the matter of human resources from different angles: providing information on the opportunities for experience abroad for young Italian engine-

ers, proposing training courses for new graduates and a registry for engineering graduates, and also overseeing apprenticeships and professional training. Emphasis was continuously placed on information regarding "services", for example on the analysis of state measures in support of the south of Italy and funding given to the depressed areas of north and central Italy, on the entry into force of the new metalworkers' contract in 1956 and on the extension of the Piano INA-Casa (State Housing Plan) from 1956 to 1963 to satisfy the considerable demand for new housing especially in the industrial centres of north Italy. The topics of development of transport in general and the motorway network, and the consequent legislative and regulatory amendments ahead of the introduction of the new highway code, were also of growing interest, and a few lines were devoted to this on an almost monthly basis. Information was provided on innovations in the sector, for example the distinctive colours for containers of certain gases or the new dictionary of acronyms. Also during this period, the "Technology" section was given greater space. Among the topics examined, automation was the most discussed, on a par with innovations that increased productivity.

Technological change was occurring at increasing speed and, between the presentation of new devices and machines and a report on an international cybernetics conference, the list of films of a technical advertising nature produced by Confindustria was published.



◀ **CAPRARI / AMADIO CAPRARI CONDUCE IN VISITA LE AUTORITÀ ALL'INAUGURAZIONE DEL NUOVO STABILIMENTO CAPRARI POMPE A MODENA 1953**
CAPRARI / AMADIO CAPRARI TAKES AUTHORITIES ON A VISIT AT THE INAUGURATION OF THE NEW CAPRARI PUMPS PLANT IN MODENA 1953

L'INDUSTRIA

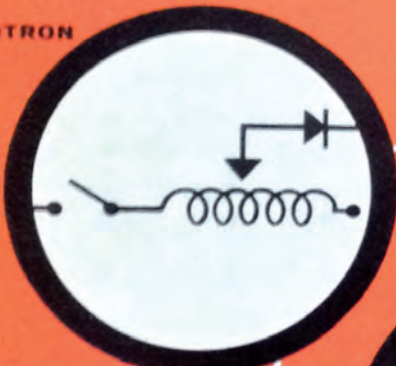
1965
NOVEMBRE
N. 181
Anno XVII

MECCANICA

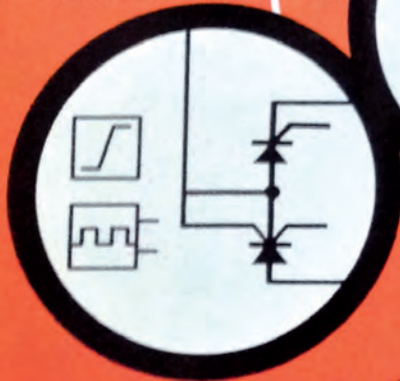


pubblicazione mensile tecnico-economica
ufficiale per gli atti dell' A. N. I. M. A.

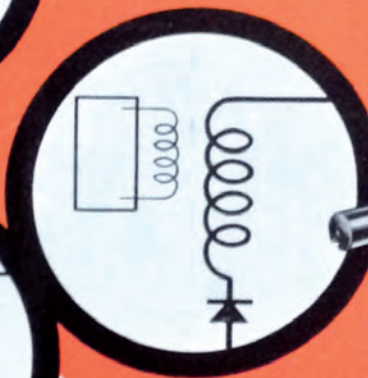
MOTRON



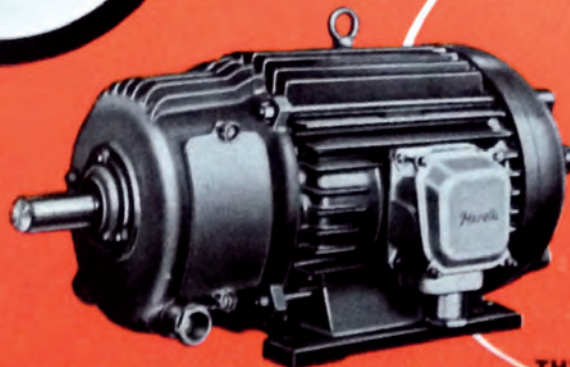
MOTOTROL AD
AMPLIFICATORE MAGNETICO



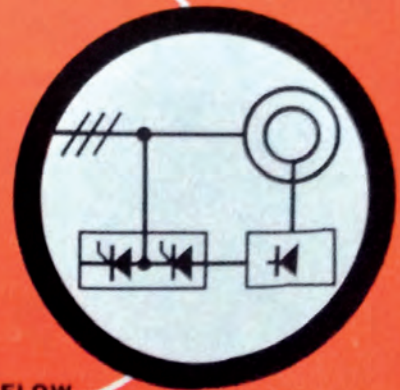
VARIATORI ELETTRICI DI VELOCITÀ
PER TUTTE LE APPLICAZIONI



MOTOTROL
A THYRISTOR



THYRIFLOW



ERCOLE MARELLI & C. - S.p.A.

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA NOVEMBRE 1965
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA NOVEMBER 1965

CAPITOLO 6

*Una nuova struttura editoriale per accompagnare
gli anni del “miracolo economico”*



CHAPTER 6

*A new editorial structure to accompany
the “economic miracle” years*

GLI ANNI DEL "BOOM"

THE "BOOM" YEARS

“

**TRAINATO DALLE ESPORTAZIONI
TRA IL 1958 E IL '63
L'AUMENTO MEDIO DEL PIL
E STATO DEL 6.6%**

”

“**P**rospettive per il 1957” è un editoriale uscito all'inizio di quell'anno in cui veniva richiamato il buon momento dell'economia italiana e del settore meccanico in particolare negli ultimi due anni. C'è la quasi certezza, inoltre, «che l'onda favorevole si protragga ancora». Due gli elementi a favore di questa tesi: i cantieri navali avevano un piano lavoro per altri due anni, pertanto, l'industria meccanica pesante poteva contare «su contratti a scadenza abbastanza lontana» e, inoltre, la forte domanda di nuove abitazioni contribuiva a far muovere tanti comparti della meccanica varia. In effetti, tra il 1958 e il '63, il tasso medio annuo di aumento reale del Pil sarebbe stato del 6.6%, trainato, a differenza della fase precedente dominata dalle componenti interne della domanda, da una richiesta estera eccezionalmente sostenuta.

Erano gli anni “boom” in cui le esportazioni di prodotti industriali erano state favorite dal ritorno alla convertibilità della lira (nel '60 veniva ufficialmente sancita la parità lira-dollaro a 625 lire) e dalla crescita dell'interscambio con i paesi comunitari, merito anche, nel 1959, del primo abbattimento del 10% dei dazi doganali all'interno dell'area della Comunità Economica Europea (Cee). Sempre nello stesso anno, a suggellare un periodo economico eccezionale, la nostra moneta otteneva dal quotidiano Financial Times l'“Oscar” della moneta più stabile dell'anno. Ma il fenomeno più evidente del “miracolo economico” era la forte espansione dei consumi privati con l'emergere di “beni nuovi”.





“

DRIVEN BY EXPORTS
BETWEEN 1958 AND '63
THE AVERAGE INCREASE
IN GDP WAS 6.6%

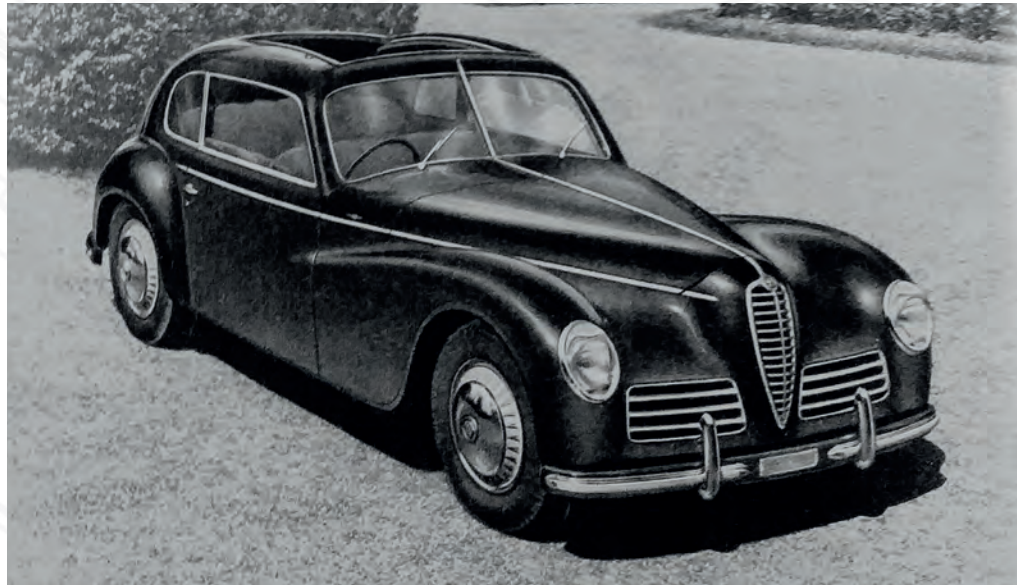
”

"Prospects for 1957" was an editorial published at the beginning of that year, which recalled that it had been a successful time for the Italian economy and the mechanical engineering sector particularly over the past two years. There was an almost certainty as well 'that the effects would continue'. Two elements supported this theory: shipyards had a two-year work plan and so the heavy engineering industry could count 'on fairly long-term contracts'; in addition, the high demand for new housing had helped to get various mechanical engineering sectors moving.

In actual fact, between 1958 and 1963, the real annual average growth rate of the GDP was 6.6%, which was driven, unlike the previous phase which was dominated by the internal components of demand, by exceptionally strong external demand.

These were the "boom" years in which exports of industrial products were assisted by the return to convertibility of the lira (in 1960 the parity of 625 lire per dollar was officially declared) and by the growth of trade with Community countries, which was also the result, in 1959, of the first reduction of 10% in customs duties within the area of the European Economic Community (CEE).

Again in the same year, sealing this exceptional time, the newspaper Financial Times assigned an "Oscar" to our currency for being the most stable of the year.



ALFA ROMEO, PARTICOLARE DI UNA PUBBLICITÀ DEL 1950 ▶
ALFA ROMEO, DETAIL OF A 1950 ADVERTISING

Tra tutti la televisione, gli elettrodomestici e l'invasione delle strade da parte di un nuovo esercito di auto e moto.

I "miracoli" non erano per sempre, aveva avvertito il direttore Petroli, ma ancora per tutto il 1960 – come sottolineava il presidente Briotti durante l'assemblea annuale – l'andamento produttivo era stato soddisfacente sia per la congiuntura favorevole e sia in termini di rinnovamento degli impianti e miglioramento qualitativo delle produzioni. Anche per il 1961 e i primi mesi del l'anno seguente il risultato non avrebbe deluso con un aumento delle esportazioni del 12% dirette in prevalenza verso i paesi della Comunità Europea. Ma il meccanismo virtuoso si stava per rompere. Ancora una volta, come riportavano le colonne de *L'Industria Meccanica*, era il presidente di Anima ad avvertire che si stavano delineando delle tendenze particolari come per esempio il calo nelle commesse di macchine utensili, segno che le imprese stavano riducendo i loro investimenti.

A questo si era aggiunto il blocco dei crediti concessi al settore edile nonostante la domanda di case rimanesse più che discreta e la cosa non poteva non avere una pesante ricaduta anche nel comparto della meccanica varia.

Completavano il quadro, le sempre più crescenti agitazioni sindacali con i metalmeccanici in prima linea, proteste che sarebbero culminate con lo sciopero nazionale di categoria. Il "boom", insomma, era ormai ai titoli di coda, minato dal primo shock salariale del dopoguerra – e per la prima volta gli aumenti salariali avevano superato quelli della produttività.

A questo era seguito un aumento generale dei costi solo in parte scaricato sui prezzi con il conseguente inizio di tensioni inflazionistiche. Il clima era decisamente cambiato e lo si può capire anche dai ti-

But the most obvious phenomenon of the "economic miracle" was the significant expansion of private consumption with the emergence of "new goods", primarily television, electrical appliances and the invasion of the roads by a new army of cars and motorbikes.

*"Miracles" do not last for ever, warned the editor Petroli, but for the whole of 1960 – as underlined by the President Briotti during the annual meeting – the trend in production was satisfactory both due to the favourable economic situation and in terms of plant renewal and an improvement in the quality of products. Even in 1961 and the first few months of the following year, the results did not disappoint, showing an increase in direct exports of 12% to European Community countries. But the virtuous circle was about to break. Once again, as the columns of *L'Industria Meccanica* reported, it was the President of ANIMA who warned that particular trends were emerging, such as, for example, a drop in machine tool orders, a sign that businesses were reducing their investments. Added to this was the block on loans granted to the building sector despite the fact that the demand for housing remained considerable and this could not fail to have an effect on the mechanical engineering sector.*

The picture was completed by increasing trade union unrest, with metalworkers on the front line; these protests culminated in a national strike. The "boom", in short, was coming to an end, being undermined by the first wages shock of the post-war period – and for the first time wage increases surpassed those of

“

**LA FINE DEL "BOOM"
VIENE ANTICIPATA DALLA RIVISTA
SEGNALE? IL CALO DI COMMESSE
PER MACCHINE UTENSILI**

”

toli di alcuni articoli usciti sulla rivista nel corso del 1963: da "A favore dell'industria un'energica politica di governo" a "Guardare la realtà e salvare le esportazioni" fino ad arrivare a "Risposte ad un'accusa agli imprenditori" nel quale si respingevano con forza le accuse fatte alla "borghesia economica" considerata da una certa parte della Sinistra colpevole di alimentare il clima di sfiducia che si sentiva adesso nel Paese. Gli anni del "miracolo economico" avevano segnato dei cambiamenti anche per quanto concerne *L'Industria Meccanica*. Con il 1960, una nuova veste grafica più al passo con i tempi e con il titolo in verde speranza proponeva un mensile con un indice ora più ricco comprendente nuove sezioni. La struttura tipica di ogni numero, infatti, si apriva con "Note e commenti" che trattava temi più di attualità e proseguiva con "Vita dell'associazione", con notizie relative ad Anima e all'attività dei diversi gruppi, "Comunità Economica Europea" e il "Notiziario economico". Nella cinquantina di pagine che componevano ogni singolo numero trovavano posto anche la rubrica "Trasporti", "Convegni e mostre", "Tecnica" e, infine, "Economica" arricchita dallo scadenziario tributario. La tiratura, stando a quando scriveva la stessa redazione, superava le 2000 copie, ma si aspirava a crescere ancora di più. Il direttore, nel corso del 1962, sottolineava lo sviluppo che aveva avuto la rivista e

productivity. This was followed by a general increase in costs, which was only partly passed onto prices, leading to the start of inflationary pressures. The climate had definitely changed and this was also understood by the titles of certain articles published in the magazine during 1963, such as "An energetic government policy to promote industry", "Look at the reality and save exports" and "Answers to an accusation against businessmen" in which accusations against the "economic bourgeoisie", considered by part of the Left to be responsible for fuelling the feelings of distrust now felt in the country, were strongly rejected.

*The years of the "economic miracle" caused changes to *L'Industria Meccanica*. In 1960, a new graphic design more in tune with the times and a new title in green symbolizing hope attested that this monthly magazine now had a richer content with new sections.*

The traditional structure of each issue opened with "Notes and comments", which dealt with current events, and continued with "Life of the association", with news concerning ANIMA and the activities of the various groups, "European Economic Community" and "Economic news report".

“

WAS THE END OF THE
"BOOM" ANTICIPATED BY
THE MAGAZINE SIGNAL?
THE DROP IN MACHINE
TOOL ORDERS

”

TELLURE ROTA / NUOVA ORGANIZZAZIONE DEI MAGAZZINI
TELLURE ROTA / NEW ORGANISATION OF WAREHOUSES





COSTRUZIONI PARANCHI ELETTRICI **GB**
MILANO - Via Principe Eugenio, 25 - Telef. 981.923

*Paranchi elettrici da Kg. 125 a Tonn. 10
per servizi ausiliari e per servizi pesanti di produzione
Brevettati - Premiati con targa d'argento alla IX Mostra Nazion. della Meccanica
Potenza - Rendimento - Sicurezza - Regolarità - Durata*

CONSOZIATA DELLA S. A. **GENTILI BRIGHI & C.**
50 anni di esperienza nella costruzione di gru di grande portata



◀ PUBBLICITÀ STORICHE / GB COSTRUZIONE PARANCHI ELETTRICI
HISTORICAL ADVERTISING / GB CONSTRUCTION OF ELECTRIC HOISTS

di questo ne erano prova anche le tante testimonianze arrivate in redazione dalle singole associate. Uno degli appunti più frequenti, tuttavia, riguardava la sezione "Tecnica" che non riusciva a fornire contributi utili per tutti i 43 raggruppamenti che componevano l'associazione. Per questo, si domandava alle aziende stesse di fornire materiale tecnico informativo, disegni e illustrazioni, note di collaboratori tecnici che *L'Industria Meccanica* avrebbe pubblicato gratuitamente purché non fossero "palesamente pubblicitarie".

La redazione lavorava bene e tanto e il prodotto finito offriva una notevole massa di informazioni. Particolare spazio veniva dato alla nascita del Comitato Intermeccanico Italiano nell'ottobre del 1961 con il compito di coordinare le varie associazioni meccaniche a carattere nazionale aderenti a Confindustria al fine di quell'unione di intenti comuni che avrebbe consolidato il ruolo di primo piano raggiunto dalla meccanica nel panorama industriale nazionale. Intanto, nell'aprile precedente, dopo che «tante promesse erano rimaste tali» veniva salutata l'iniziativa governativa di "promotion delle esportazioni" con cui erano stati destinati più fondi all'Istituto Nazionale Commercio Estero - Ice per realizzare iniziative promozionali all'estero.

Come osservava il direttore del mensile, il settore meccanico occupava il primo posto per vendite all'estero e quindi avrebbe avuto, per così dire, il diritto di essere il più visibile all'interno del programma statale. L'idea, poi realizzata, era che venisse creata un'apposita commissione di esteri dei diversi gruppi Anima con funzioni consultive per le varie iniziative del Ministero del Commercio estero.

Lo studio dei mercati internazionali era adesso di assoluta attualità e importanza e per questo ci si domandava, all'inizio del '61, se non fosse arrivato il momento di rendere le nostre statistiche comparabili con quelle prodotte nei maggiori paesi europei, Francia e Germania in testa. E l'attenzione verso l'estero la si ricava non solo dal discreto numero di missioni economiche di cui veniva data notizia, ma anche da una nuova rubrica che riepilogava le richieste di forniture provenienti da altre

“

MECHANICS WAS IN FIRST PLACE FOR SALES ABROAD AND WANTED GREATER CONSIDERATION FROM THE STATE

”

In the fifty pages of each issue, space was also given to the columns "Transport", "Conferences and exhibitions", "Technology" and lastly, "Economics", which featured the tax schedule. The circulation, at the time, exceeded 2,000 copies but it was hoped that it would grow further.

*The editor, during 1962, underlined how the magazine had evolved and this was proved by the many testimonies coming from individual members. One of the most frequent criticisms, however, concerned the "Technology" section, which was unable to provide articles that were useful to every one of the 43 groups making up the association. For this reason, companies were asked to provide technical information, drawings and illustrations and the notes of technical personnel, which *L'Industria Meccanica* would publish free of charge provided they were not blatant advertising material.*

The editorial office worked well and hard, and the finished product offered a considerable amount of information. A large amount of space was given to the foundation of the Comitato Intermeccanico Italiano in October 1961, which had the task of coordinating the various national mechanical engineering associations subscribing to Confindustria for the purpose of uniting shared goals, which consolidated the important role of mechanical engineering in the national industrial landscape.

In the meantime, in the previous April, after 'many promises that had remained just that', a government initiative of "export promotion" was welcomed. With this initiative, more funds were allocated to the Istituto Nazionale Commercio Estero - ICE (Nation Institute for Foreign Trade) to carry out promotional initiatives abroad. As the editor of the monthly publication noted, the mechanical engineering sector occupied the top spot for sales abroad and therefore, it would have had, so to speak, the right to visibility within the state programme. The idea, later implemented, was to create a special commission of foreign officials of the various ANIMA groups, the purpose of which

“

LA MECCANICA OCCUPAVA IL PRIMO POSTO PER VENDITE ALL'ESTERO E CHIEDEVA PIÙ CONSIDERAZIONE DALLO STATO

”

nazioni alle quali si poteva accedere attraverso appalti e gare pubbliche.

Gli Stati Uniti continuavano a rappresentare la "frontiera" per coloro che volessero perfezionarsi attraverso viaggi studio e corsi di formazioni, in questo caso, per amministratori aziendali.

Sul fronte interno, il nucleare continuava a essere oggetto di contributi tra cui l'articolo "Il cervello elettronico italiano elimina le 'punte' di energia nucleare" e alcune notizie sul Centro nucleare di Ispra e sulla Società ricerche impianti nucleari.

La rivista pubblicava anche diversi interventi dedicati al tirocinio e all'addestramento di studenti in Italia e fuori dai confini e, al tempo stesso, avvertiva della creazione di alcune biblioteche aziendali. Il film industriale, che si poteva anche noleggiare, rappresentava l'"optimum" fra i mezzi di propaganda e di cosa si trattasse era chiaro leggendo alcuni titoli proposti: "Rettifica di un pezzo a facce parallele" e "Lavorazioni su una barra di magnesio".

Nel maggio del '62, infine, la rivista riferiva del "problema giapponese".

Il paese del Sol Levante, infatti, era protagonista di una politica commerciale molto più aggressiva che suscitava più di un timore negli industriali meccanici.

Le importazioni giapponesi stavano approfittando della progressiva liberalizzazione degli scambi e per saperne di più una delegazione italiana organizzata da Confindustria - con anche un rappresentante di Anima - si era recata per due settimane in visita a alcune aziende nipponiche. Colpiva il modello di stretta integrazione fra grandi aziende e piccole, il loro dinamismo e l'evidenza che il Giappone non era più un mero imitatore dell'Occidente. L'Industria Meccanica scriveva che il "made in Japan" era diventato sinonimo di qualità e per le imprese meccaniche italiane stava diventando oltremodo difficile gareggiare con un paese i cui livelli salariali erano ben lontani da quelli italiani con la conseguente ricaduta sul prezzo finale.

CALEFFI / FRANCESCO CALEFFI
CALEFFI / FRANCESCO CALEFFI



was to advise on the various initiatives of the foreign Trade Ministry. The study of international markets was now an extremely topical and important subject and for this reason, at the beginning of 1961, the question was raised of whether the moment had arrived to bring our figures on a par with those of major European countries, led by France and Germany. The focus on foreign countries was achieved not only by the fairly high number of trade missions announced, but also by a new column that summarized the requests for products from other countries, which could be answered by applying for contracts and public tenders. The United States continued to represent the "frontier" for anyone wishing to improve their knowledge through study trips and training courses, in this case for company directors. On the domestic front, nuclear power continued to be the topic of articles, including the feature 'The Italian electronic brain eliminates "peaks" of nuclear power' and other news on the ISPRa Nuclear Centre and Società Ricerche Impianti Nucleari (Company for Nuclear Power Research). The magazine also published various articles dedicated to apprenticeships and the training of students in Italy and beyond its borders and, at the same time, described the creation of several com-

pany libraries. Industrial films, which could also be rented, were one of the best means of advertising and what they were about was clear by reading some of the titles available: "Grinding parts with parallel faces" and "Machining on a magnesium bar". In May 1962, the magazine referred to the "Japanese problem". The Land of the Rising Sun, in fact, was the protagonist of a much more aggressive sales policy that aroused more than just fear in mechanical engineering industrialists. Japanese imports were taking advantage of the progressive liberalization of trade, and to learn more, an Italian delegation organized by Confindustria - including a representative from ANIMA - went to Japan for two weeks to visit several Japanese companies. The representatives were particularly struck by the close integration between large and small companies, their dynamism and the evidence that Japan was no longer a mere imitator of the West. L'Industria Meccanica wrote that "made in Japan" had become synonymous with quality, and it was becoming particularly difficult for Italian mechanical engineering companies to compete with a country with salary levels that were a long way from those in Italy, which had an effect on the final price.

OM

il leoncino

in nuova edizione
ancora migliorato nelle sue
caratteristiche e prestazioni

a prezzo

GOMME PIRELLI

PUBBLICITÀ STORICHE / OM LEONCINO
HISTORICAL ADVERTISING / OM LEONCINO

595

The advertisement features a vibrant illustration of a red OM truck driving on a road. A massive, golden-brown lion's paw with sharp claws is shown descending from the top left, its paw reaching towards the truck. The background is a dramatic sky with clouds and a bright light source on the right. The OM logo is prominently displayed in the upper left, and the name 'il leoncino' is written in a large, white, cursive font across the bottom. Text boxes provide information about a new edition, improved features, and pricing. The Pirelli logo is visible in the bottom left corner.

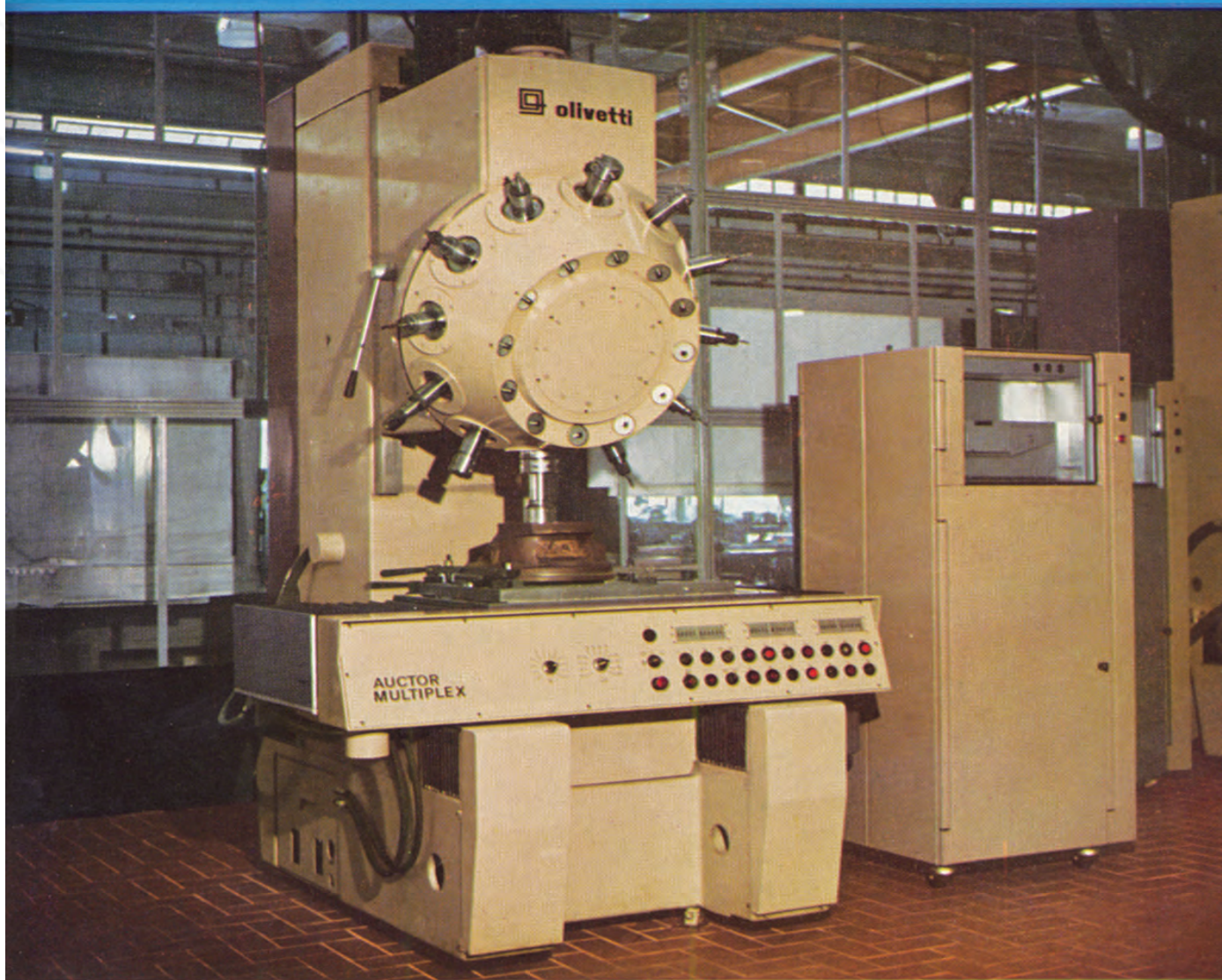
L'INDUSTRIA

1966
SETTEMBRE
N. 190
Anno XVIII

MECCANICA



pubblicazione mensile tecnico-economico
ufficiale per gli atti dell'A. N. I. M. A.



Auctor Multiplex - Macchine utensili a Controllo Numerico punto a punto su tre assi, per forare - maschiare - alesare - fresare, con cambio automatico degli utensili.

CAPITOLO 7

Esenzioni, agevolazioni, rimborso Ige, introduzione dell'Iva diventano temi d'attualità fra gli anni '60 e '70. L'Industria Meccanica si organizza



CHAPTER 7

Exemptions, facilitations, Ige refund, introduction of VAT becomes the main topics in the 60s and 70s. The Mechanics Industry got itself organised

LA RIFORMA TRIBUTARIA: DALL'I.G.E. ALL'I.V.A.

TAX REFORM: FROM I.G.E. TO I.V.A.

“

**LE INDUSTRIE PRODUCONO
MA I COSTI SALGONO, MOLTO
PIÙ DELLA PRODUTTIVITÀ:
C'È IL RISCHIO EMPASSE**

”

Esaurita l'intensa fase espansiva tra il '62 e il '63, la meccanica italiana avrebbe conosciuto stagioni alterne. L'analisi del presidente di Anima Luca Panizza durante l'assemblea annuale del 10 luglio 1968 era lucida ed equilibrata. «Il dato di fatto della situazione congiunturale - sottolineava nel suo intervento - è questo: in Italia le industrie producono ma i costi salgono continuamente, molto più dell'incremento della produttività. È un discorso economico e anche sindacale, che va fatto con coraggio». Di fatto, la crescita dei costi impediva alle aziende di fare nuovi investimenti, vero e proprio fattore determinante per il progresso produttivo e tecnico. L'aumento dei salari era nell'ordine delle cose, ma a preoccupare di più era l'incremento continuo degli oneri sociali che frenando la dinamica salariale provocavano la "fuga dei cervelli" verso altre nazioni. Uno dei nodi principali era quello della riforma tributaria peraltro richiesta a gran voce anche dalla Comunità Europea in modo da adeguare il sistema fiscale italiano alle normative vigenti nel resto degli stati membri. «La sostituzione dell'Ige con l'iva è un'esigenza a tutti nota - continuava il presidente Panizza - e in Italia il progetto è pronto ma va portato avanti insieme al riordino generale di tutta la struttura tributaria».

L'Ige, Imposta Generale sull'Entrata, veniva definita l'espressione di un'economia quasi preindustriale perché meglio si adattava a quelle industrie a filiera verticale e meno a quelle più moderne in cui operatori specializzati si dividevano i vari





“

INDUSTRIES WERE PRODUCING BUT COSTS WERE RISING, MUCH MORE THAN PRODUCTIVITY: THERE WAS AN IMPASSE RISK

”

Once the period of intensive expansion between 1962 and 1963 was over, the Italian mechanical engineering industry experienced alternating phases. The analysis by the ANIMA President Luca Panizza during the annual meeting on 10 July 1968 was clear and balanced. 'The fact of the economic situation,' he underlined in his speech, 'is this: in Italy the industries produce but the costs rise continuously, much more than the increase in productivity. It is an economic, but also trade union, matter, which should be tackled with courage.' In fact, the increase in costs prevented companies from making new investments, a major factor in productive and technical progress. The increase in salaries was a normal course of events, but what was most worrying was the continual increase in social security charges that curbed wage dynamics causing a "brain drain" to other countries.

One of the main issues was tax reform, which was also widely called for by the European Community, to adapt the Italian tax system to the current legislation in the rest of the member countries. 'The replacement of IGE with IVA is a need known to everyone,' continued President Panizza, 'and in Italy the project is ready, but must be taken further together with a general reorganization of the entire tax structure.' The IGE, the General Tax on Turnover, was defined as the expression

pezzi della lavorazione per i quali l'imposta diventava iniqua e difficile da sostenere. Tornando alla questione, non era la prima volta che Anima prendeva posizione sul mal funzionamento del sistema fiscale nazionale. Due anni prima, sempre di fronte ai soci riuniti in assemblea, lo stesso Panizza aveva detto: «la macchina fiscale è sempre in azione: le "tregue" vengono promesse e il giorno successivo contraddette... il costo fiscale non è proporzionato alle nostre capacità, non ha raffronti in termini di "sacrificio" con gli altri paesi... "bruciamo" capitale e la conseguenza sarà che il fisco vedrà inaridire le fonti a cui attingere. "Boni pastoris esse tondere pecus, non deglubere" ammoniva Svetonio».

La questione fiscale era dunque diventata di stretta attualità e anche *L'Industria Meccanica* si era dovuta adeguare potenziando la rubrica "Informazioni tributarie". Esenzioni, agevolazioni, rimborso Ige, imposta di bollo, di registro e sul reddito erano argomenti che ritornavano in quasi ogni numero della rivista. Nel maggio del '67, la rivista pubblicava lo "schema provvedimento istitutivo valore aggiunto" che in pratica si riferiva della direttiva adottata dal Consiglio dell'Unione Europea circa "l'armonizzazione delle legislazioni degli Stati membri relative alle imposte sulla cifra d'affari".

La tempistica per l'adozione dell'Iva prevedeva il gennaio 1970 come data d'inizio, ma così non sarebbe stato. Come riportava *L'Industria Meccanica*, l'Italia avrebbe chiesto una proroga di due anni e quindi rinviare al 1° gennaio 1972 l'avvio del nuovo regime fiscale. Tra il maggio e l'autunno '69, dopo che la Commissione esecutiva del Mec aveva deciso di compiere un passo ufficiale presso il governo italiano per la sua decisione di mantenere in vigore dopo il primo gennaio 1970 (e ancora per due anni) il sistema dell'Ige, le nostre autorità riuscivano nell'intento sostenendo che la nuova imposta «faceva parte della riforma dell'intero sistema fiscale». Per arrivare al risultato finale dopo anni di studi e di progetti si sarebbe dovuto aspettare l'ottobre del 1971 con la legge n. 825 che conteneva le disposizioni oc-

of an almost pre-industrial economy because it was better adapted to vertical chain industries and less to more modern industries in which specialized workers separated the various parts for machining and for which taxation became unfair and difficult to sustain.

Returning to the matter, it was not the first time that ANIMA had adopted a position on the ineffectiveness of the national tax system. Two years earlier, again before the members' meeting, the same Panizza said 'the fiscal machine is always in action, "truces" are promised and the next day contradicted... the fiscal cost is not proportionate to our abilities, it has no comparisons in terms of "sacrifice" with other countries... we "burn" capital and the consequence will be that the tax authorities will see their sources dry up. "Boni pastoris esse tondere pecus, non deglubere" admonished Svetonio.'

The tax question had become highly topical and even L'Industria Meccanica had to adapt by expanding the column "Tax information".

Exceptions, benefits, IGE reimbursement, stamp duty, registration tax and income tax were topics that returned to almost every issue of the magazine. In May 1967, the magazine published the "scheme of measures instituting added value" which in practice referred to the directive adopted by the European Union Council regarding "the harmonization of the legislation of member states concerning taxes on turnover". The timing for adoption of IVA (VAT) envisaged January 1970 as the start date, but this was not to be. As reported in L'Industria Meccanica, Italy asked for a two-year extension and therefore to postpone the new fiscal regime until 1st January 1972. Between May and autumn 1969, after the Executive Committee of the ECM decided to take official steps towards the Italian government because of its decision to maintain the IGE system in force after 1st January 1970 (and for another two years), our authorities succeeded in arguing that the new tax 'was part of the reform of the entire fiscal system'.

To achieve the end result after years of research and projects would take until October 1971 with Law no. 825, which contained the necessary provisions to implement the reforms "base on the constitutional principles of contribution of each according to their ability to pay and the progressive rate".

There was no lack of news regarding the reform on the pages of the magazine, for example, in the case of the conference debate on IVA in 1971, but more prominence was gi-



▲ CISA / STABILIMENTO DI FAENZA
CISA / FAENZA FACTORY



“

**A TENERE BANCO
LA SOSTITUZIONE DELL'IGE
CON L'IVA, CALDEGGIATA
DAGLI INDUSTRIALI ITALIANI**

”



SIMAI / MONOROTAIA
SIMAI / SINGLE-RAIL



correnti per attuare le riforme "secondo i principi costituzionali del concorso di ognuno in ragione della propria capacità contributiva e della progressività". Non mancavano sulle pagine della rivista, come nel caso della conferenza dibattito sull'Iva del '71, le notizie relative alla riforma, ma ben altro risalto veniva dato dopo la pubblicazione di diciannove decreti, tutti in data 26 ottobre '72, che introducevano le nuove imposte: da quella sul valore aggiunto all'imposta comunale sull'incremento di valore degli immobili oltre alle modifiche apportate alle imposte di registro, successioni, ipotecarie, catastali e altro ancora. L'attenzione maggiore veniva data all'Iva con una serie di mini-guide che riepilogavano le norme, meccanismi di calcolo, il passaggio Ige-Iva, la contabilità, il regime transitorio, la documentazione e altro ancora.

Con il 1° gennaio 1973, i decreti entravano in vigore (l'Iva aveva tre aliquote: normale 12%, ridotta 6% e maggiorata 18%) e *L'Industria Meccanica* non avrebbe mancato di pubblicare numerosi articoli a riguardo privilegiando, come aveva sempre fatto nel corso della sua storia, un approccio estremamente pratico. Tra le novità del periodo proposte dal mensile, l'inserimento di una nuova rubrica che riepilogava l'attività dei vari comitati e organismi europei. La Comunità Economica Europea era ormai a pieno regime e rappresentava il principale partner commerciale per l'Italia per cui era ovvio che anche l'organo ufficiale dell'industria meccanica non mancasse di fornire il maggior numero di notizie e informazioni possibili.

La rubrica "Commercio estero" era sempre ben organizzata e ricapitolava, paese per paese, le novità relative al commercio. Giova ricordare che alla fine del giugno '67, era stato firmato l'atto finale del "Kennedy Round", così chiamato in quanto sotto l'amministrazione del presidente J.F. Kennedy era stato introdotto nel '62 lo "Us Trade Expansion Act" con il quale gli Usa avevano negoziato una riduzione dei dazi fino al 50%.

Il successo del negoziato, iniziato nel maggio del '64 e che avrebbe coinvolto ben 62 nazioni, avrebbe significato la riuscita del primo tentativo globale di dare un assetto organico ai mercati mondiali. Per la meccanica italiana, come sottolineava il presidente nel corso dell'assemblea annuale del 1967, il risultato era notevole con una riduzione delle tariffe doganali nell'ordine del 40-50%. Di contro, persistevano alcune difficoltà nelle esportazioni verso i paesi dell'Est altrimenti chiamati "Paesi a commercio di Stato".

L'articolo, a firma del cav. uff. Giovanni Cariboni membro della commissione Anima sviluppo esportazioni, spiegava i motivi che intralciavano i rapporti tra Italia e blocco sovietico, compresa la Cina.

“

THE DISCUSSION REVOLVED
ROUND REPLACING IGE
(GENERAL INCOME TAX) WITH
VAT, SUPPORTED BY ITALIAN
INDUSTRIALISTS

”

ven after the publication of nineteen decrees, all on 26th October 1972, which introduced the new taxes: from value added tax to municipal tax on the increase in value of property, as well as the changes made to registration, succession, mortgage, cadastral and other taxes. Greater attention was paid to IVA with a series of mini-guides that summarized the regulations, mechanisms for calculation, the passage from IGE to IVA, accounting, transitional regime, documentation and other matters.

*On 1st January 1973, the decrees came into force (IVA had three rates: normal 12%, reduced and increased 18%) and *L'Industria Meccanica* published numerous articles in this regard, favouring, as it had always done, an extremely practical approach. Among the new features in the monthly magazine were the addition of a new column that summarized the activities of various European committees and bodies.*

The European Economic Community was already working at full capacity and was Italy's main commercial partner, and so it was obvious that the official publication of the mechanical engineering industry would provide the greatest amount of news and information possible.

The column "Foreign trade" was always well organized, and summarized, country by country, news regarding trade. It is worth remembering that at the end of June 1967, the final act of the "Kennedy Round" negotiations was signed.

These negotiations were so called because the US Expansion Act, with which USA negotiated tariff reductions of up to 50%, was signed in 1962 during the administration of the President J.F. Kennedy.

The negotiations, which began in May 1964 and involved some 62 nations, were the first successful global attempt to bring an organized structure to world markets.

For the Italian mechanical engineering industry, as the President noted during the annual meeting of 1967, the effects were remarkable, resulting in a 40-50% reduction in customs tariffs. On the other hand, there remain-

H. JUNGHEINRICH & CO. MASCHINENFABRIK · HAMBURG



Elektro-Fahreritz-Geräte

PUBBLICITÀ STORICHE / JUNGHEINRICH & CO. ▲
HISTORICAL ADVERTISING / JUNGHEINRICH & CO.

A cominciare dall'aver rapporti diretti con enti statali in quanto non era consentito affidare le trattative a un rappresentante esterno. Bisognava evitare la fretta tipica del mondo occidentale, intuire la mentalità del funzionario e visitare spesso i loro uffici. Era consigliata la partecipazione a fiere locali che nei paesi dell'Est avevano un'importanza maggiore rispetto all'Occidente. Decisivo per la "promotion", l'invito in visita in Italia di una delegazione di tecnici specializzati offrendo loro la possibilità di fare anche uno stage in azienda. Ma prima ancora, consigliava Cariboni, era meglio verificare se ci fosse effettivamente un mercato per quei prodotti che si volevano esportare.

L'esempio era il progetto di vendita di frigoriferi in Cina; una pessima idea visto che ai singoli cittadini cinesi era proibito l'acquisto di quel genere di bene. Infine, ricordarsi che la forza contrattuale era sempre dalla parte dell'acquirente - uno Stato contro un'azienda privata - e che talvolta gli accordi internazionali venivano disattesi. Tra i diversi argomenti trattati, molteplici erano i richiami a come

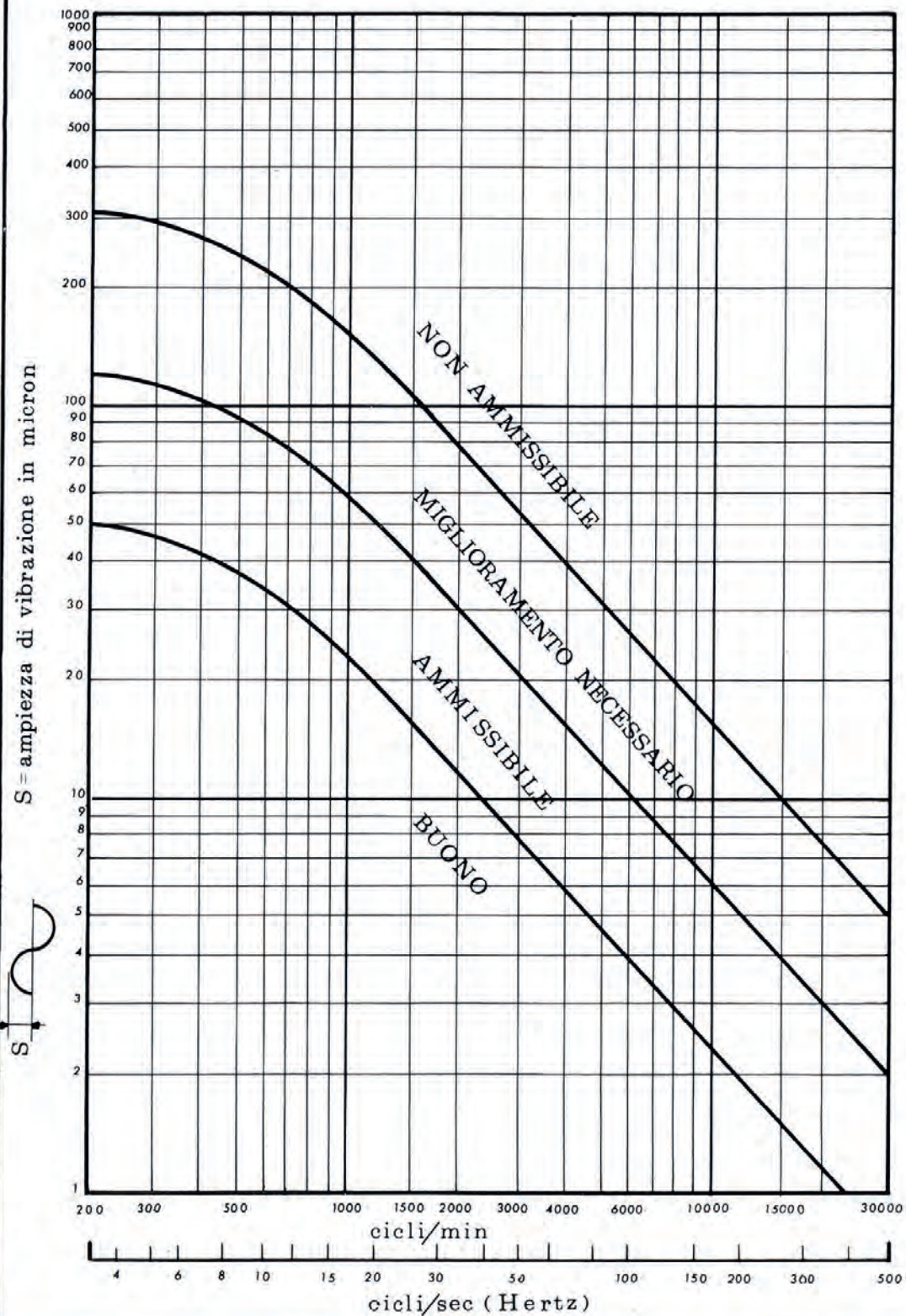
migliorare l'organizzazione e la gestione dell'azienda. Grande risalto veniva dato all'articolo scritto da Alberto Riva nel '67 intitolato "Come ottenere redditività". Una decina di pagine in cui l'autore partiva dal presupposto che in molti casi nelle imprese italiane l'organizzazione fosse carente e che spesso nella vita aziendale prevalesse l'improvvisazione. Se uno dei segreti era "l'uomo giusto al posto giusto" occorreva basarsi su tecniche nuove come ad esempio le ricerche di mercato, il "product-planning", la programmazione delle vendite e, sul versante della produzione, puntare su linee di montaggio e di lavorazione di ultima generazione. Ancora più completa appariva la sezione dedicata ai convegni, mostre e fiere di cui venivano spesso pubblicati brevi resoconti. Tra le tante notizie, da segnalare nel 1966 l'annuncio dell'avvio del servizio Telex in Italia e, l'anno seguente, l'entrata in vigore del Codice di Avviamento Postale. Iniziavano, infine, i primi riferimenti a temi nuovi quali la sicurezza sul lavoro e, come si vedrà anche oltre, i primi provvedimenti a favore dell'ambiente.

ned some difficulty in exporting to Eastern countries otherwise known as "state-trading countries". An article, written by Cav. Uff. I Giovanni Cariboni, member of the ANIMA export development commission, explained the reasons why relations between Italy and the Soviet block, China included, were hindered. The principal one being that Italy only had direct relations with state organizations because negotiations with an external representatives were not permitted. He stressed the importance of avoiding haste, typical of the western world, trying to understand the mentality of officials and visiting their offices frequently. Participation in local trade fairs, which in the east were more important than in the west, was also recommended. Inviting a delegation of specialized technicians, offering them perhaps the opportunity to work temporarily in the company, was also considered crucial to promoting business. But first of all, recommended Cariboni, it would be better to check whether there was in fact a market for those products companies wished to export. An example was the project to sell fridges in China, deemed a very bad idea since Chinese citizens were forbidden from purchasing these types of goods. Lastly, it should be remembered that bargaining power

was always on the side of the buyer - a country against a private company - and that at times international agreements were disregarded. Among the different topics covered, many discussed how to improve the organization and management of companies.

Focus was placed on this issue in the article written by Alberto Riva in 1967 entitled "How to become profitable", ten-pages long, in which the author began with the assumption that in many cases organization was lacking in Italian businesses and often, within a company, improvisation prevailed. Since one of the strategies was "the right man in the right place", new techniques had to be used, such as market research, product planning, sales programming and, with regard to production, emphasis placed on the latest assembly and production lines. The section dedicated to conferences, exhibitions and trade fairs became increasingly complete and short accounts were often published. In 1966 the start of the Telex service in Italy was announced and, in the following year, the entry into force of Postal Codes. Lastly, the first references were made to new topics such as safety in the workplace and, as we will see later, the first environmental provisions.

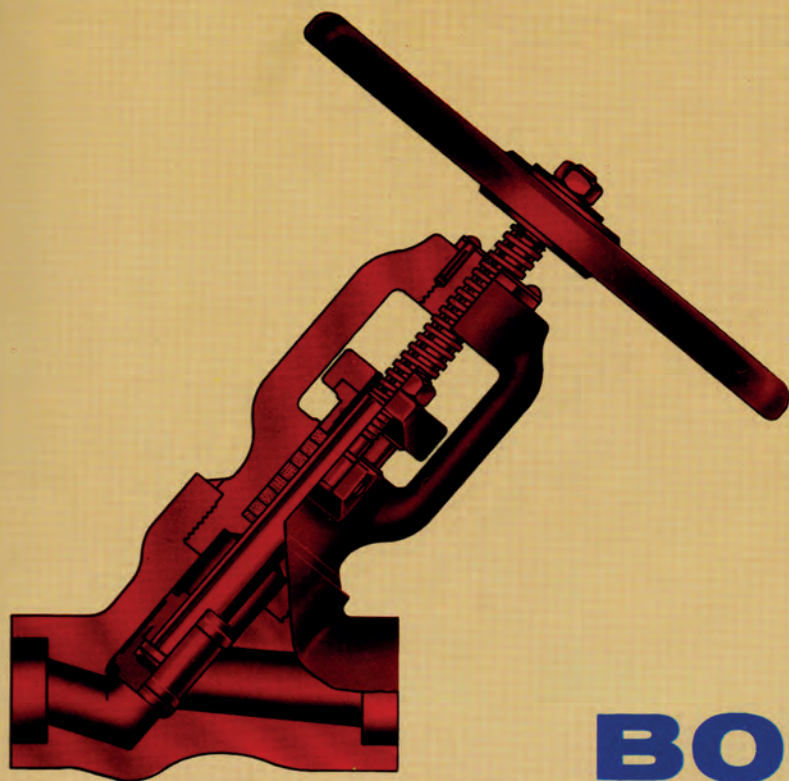
CRITERI DI GIUDIZIO DELLE VIBRAZIONI
DEI VENTILATORI - CLASSE A



▲ SCHEMA PER LA VALUTAZIONE DI EQUILIBRATURA E VIBRAZIONE DI VENTILATORI PUBBLICATA SUL NUMERO DI MAGGIO 1975
LAYOUT FOR THE ASSESSMENT OF FAN BALANCE AND VIBRATION PUBLISHED IN THE MAY 1975 ISSUE

L'INDUSTRIA MECCANICA

322



BONT®

Valvole ANSI 600 - 900 - 1500 - 2500 - 4500 lb
In acciaio forgiato - Con cappello saldato al corpo
Per vapor d'acqua, gas, liquidi, vapori

I 20149 MILANO (ITALY)
Via Eman. Filiberto, 7
Telef. (02) 995 64 62 - 995 72 61 - 995 83 13
Telex: 36080 BONETG I

CESARE BONETTI S.p.A.

Ottobre 1978
Anno XXX
Spedizione in
abbonamento postale
gruppo 3/70

Publicazione
mensile
tecnico
economica
ufficiale
per gli atti
dell'A.N.I.M.A.



CAPITOLO 8

Dal primo “shock petrolifero” alla ricerca di nuove forme di energia. Mentre cresce la tensione costante nelle relazioni sindacali. I temi degli anni '70



CHAPTER 8

From the first “oil shock” to the search for new energy sources. While tension was growing continuously in relations with trade unions. The topics of the 70s

“A” COME ASSENTEISMO, “E” COME ECOLOGIA

“A” FOR ABSENTEEISM,
“E” FOR ENVIRONMENTAL PROTECTION

“

**LA QUESTIONE AMBIENTE
DIVENTA CENTRALE
E ANCORA UNA VOLTA
LA RIVISTA ANTICIPA I TEMPI**

”

“**E**cologia: una esigenza di vita e un business da 5.000 miliardi all'anno”. Era questo il titolo usato, nel febbraio '85, per promuovere l'edizione della fiera milanese “Disinquinamento/Antinquinamento”.

Qualche anno prima, sul finire degli anni '70, una pubblicità mostrava un ragazzo che beveva da una fontanella nel mezzo di una piazza: lo slogan recitava “Voglia di poter bere” seguito da “Economizza acqua, non è solo un risparmio ma un preciso dovere sociale ed ecologico”.

A quell'epoca, le tematiche legate all'ambiente erano ormai consolidate e ogni numero de *L'Industria Meccanica* ospitava uno o più contributi sulla questione.

Tutto, però, era iniziato qualche anno prima. Già nell'estate del 1966, infatti, la rivista si era occupata dell'entrata in vigore della legge 615 passata alla storia come la legge “antismog”.

L'interesse era motivato dalle gravi difficoltà che si pensava avrebbe incontrato il provvedimento per via dell'onerosa aliquota del 10% che colpiva i distillati di petrolio (gasolio e cherosene) e che quindi ne scoraggiava l'utilizzo per gli impianti di riscaldamento.

Ridotta l'aliquota nel '67, l'organo ufficiale dell'Anima tornava sull'argomento ancora tra la fine del '70 e i primi mesi dell'anno successivo, analizzando e criticando in parte i regolamenti attuativi che erano stati pubblicati con ritardo a causa della complessità della materia da regolare e della eterogeneità dei processi di lavorazione industriale.





“

THE ENVIRONMENT
BECAME A CENTRAL
TOPIC; ONCE AGAIN
THE MAGAZINE WAS
AHEAD OF THE TIMES

”

“Environmental protection: a requirement for life and a business worth 5,000 billion a year”. This was the title used in February 1985 to promote the Milan Fair “Depollution/ Anti-pollution”. Several years earlier, at the end of the 1970s, an advertisement showed a boy drinking from a fountain in the middle of a square: the slogan read “I want to be able to drink” followed by “Conserve water: not just a saving but a social and environmental duty”. At this time, topics connected to the environment were already well established and each issue of L’Industria Meccanica featured one or more articles on the matter. It had all begun, however, a few years earlier. In the summer of 1966, the magazine had covered the new Law 615, which would go down in history as the “antismog” law.

The reason for the concern was that, it was thought, the law would encounter serious difficulties due to the burdensome rate of 10% on petroleum distillates (diesel and kerosene) and would therefore discourage their use for heating systems.

When the rate was reduced in 1967, ANIMA’s official publication returned to the subject again at the end of 1970 and in the first few months of the following year, analysing and partially criticizing the implementing regulations, which were published late due to the complexity of the subject-matter and the diverse nature of industrial processes.

◀ **PARIGI / IN FIERA A MILANO, MOSTRA CONVEGNO MARZO 1971**
PARIGI / AT THE FAIR IN MILAN, MOSTRA CONVEGNO MARCH 1971

Nel 1971, si era svolta la prima edizione della già citata fiera "Depollution/Antipollution" dedicata alle tecnologie più avanzate per la depurazione dell'acqua e dell'aria, alla decontaminazione del suolo e all'eliminazione dei rifiuti e dei rumori. Contemporaneamente, Confindustria aveva pubblicato "Industria ed ecologia" primo contributo al problema e anche un volume di 216 pagine intitolato "Prime indicazioni sugli interventi della industria privata a difesa dell'ambiente" che riepilogava i risultati di un'inchiesta a cui avevano partecipato oltre 1300 aziende.

Non era un momento semplice. Il ricordo del cosiddetto "autunno caldo" e la tensione costante nelle relazioni sindacali rappresentavano riferimenti quasi obbligati nelle assemblee sociali di quegli anni.

Costante era anche sulle colonne della rivista il sostegno all'esportazione attraverso interventi di esperti, discussioni e pressioni sui ministeri competenti.

A compromettere i tentativi di ripresa, inoltre, era stato alla fine del 1973 il primo "shock petrolifero" conseguenza dello scoppio della guerra dello Yom Kippur.

I paesi aderenti all'Opec avevano deciso di ridurre in maniera graduale la produzione di greggio, l'embargo delle esportazioni verso quelle nazioni che fornivano aiuti a Israele e l'aumento del prezzo del greggio passato, in un paio d'anni, da circa 2,5 a 11 dollari al barile.

La questione energetica assumeva subito un rilievo prioritario specie per un paese come l'Italia così oil-intensive e meno in grado di adattarsi alla nuova struttura dei prezzi dei prodotti petroliferi. Nel dibattito pubblico aveva prevalso il concetto di emergenza legato a principio errato della scarsità assoluta di risorse petrolifere.

Il piano di "austerità" (blocco della circolazione nei giorni festivi, chiusura anticipata di cinema e teatri) deciso dal governo aveva portato a dei risultati del tutto ininfluenti sul contenimento dei consumi e anzi avevano aggravato la sindrome di "emergenza". Nel marzo del '74, il presidente di Anima Carletto Grondona era intervenuto sulla situazione sottolineando «la mortificazione del commercio se non dei bisogni di una società che un illusorio benessere, figlio di una politica di avanzamento sociale fuori misura, ci ha messo in dissesto già prima della crisi petrolifera».

Un mese prima, la gestione editoriale de *L'Industria Meccanica* era stata affidata alla tipografia milanese Abbiati che aveva dato al mensile una veste più moderna sottolineata anche dalla dicitura "nuova serie" accanto al numero e alla data di pubblicazione. Il periodico veniva stampato in circa 8000 copie sempre sotto la direzione della Segreteria Generale Anima e con il contributo di un comitato di redazione formato da cinque persone provenienti da alcune tra le maggiori aziende meccaniche italiane

In 1971, the first edition of the previously mentioned trade fair "Depollution/Antipollution" took place, which was dedicated to the latest technologies for air and water purification, soil decontamination, waste disposal and noise control. Simultaneously, Confindustria published "Industry and ecology", the first article on the problem, and a volume of 216 pages entitled "First signs that private industries are working to protect the environment", which summarized the results of an investigation in which over 1,300 companies participated.

It was not an easy time. The memory of the so-called "Autunno Caldo" (Hot Autumn) and the continuous tension in trade union relations were almost obligatory topics of conversation during corporate meetings at the time.

Another constant in the columns of the magazine was the support for exporting, which was covered by articles from experts, discussions and pressure on the relevant ministries. The first "oil crisis" or oil shock, caused by the outbreak of the Yom Kippur War, also jeopardized any attempts at a recovery. OPEC countries decided to gradually reduce the production of crude oil, proclaim an export embargo on nations perceived as supporting Israel and increase the price of crude oil, which, in a couple of years, passed from 2.5 dollars to 11 dollars a barrel.

The matter of energy was of primary importance to an oil-intensive country like Italy, which was less able to adapt to the new price structure of oil products. The idea of "emergency" prevailed in the public debate and was due to the perception that there was a scarcity of oil resources.

The austerity plan decided by the government (circulation of vehicles halted on Sundays, early closing of cinemas and theatres) had no effect on reducing consumption and in fact exacerbated the perception that there was an emergency.

In March 1974, the President of ANIMA, Carletto Grondona, discussed the situation, underlining 'the suppression of trade, and even the needs of society, which a feeling of apparent wellbeing, the result of an out-of-control social advancement policy, had put us in difficulty even before the oil crisis'. One month earlier, the publishing management of L'Industria Meccanica was entrusted to Abbiati printing works, which gave the monthly magazine a more modern appearance. This was emphasized by the writing "new series" alongside the number and date of publication. About 8,000 copies of the periodical were printed, always under the direction of the ANIMA General Secretary and with the contribution of an editorial committee made up of five



▲ ANIMA / L. DELL'ORTO E C. GRONDONA
ANIMA / L. DELL'ORTO AND C. GRONDONA





L'AVV. AGNELLI CON C. GRONDONA, PRESIDENTE ANIMA 1975
MR AGNELLI WITH C. GRONDONA, PRESIDENT ANIMA 1975



come la Marelli, l'Ansaldo e la Franco Tosi. Superata la metà del decennio, iniziavano a comparire i primi contributi sulle fonti di energia alternative come per esempio: il nucleare, il metano, l'energia solare e perfino quella ricavabile dal moto ondoso e dalle maree. L'interesse derivava indirettamente anche dal varo nel 1975 del primo piano energetico nazionale che prevedeva il riorientamento della politica energetica italiana in linea con quanto stava accadendo in altri paesi europei: diversificazione dell'offerta e della domanda di energia verso fonti non petrolifere, crescita della produzione interna per ridurre la dipendenza energetica dall'estero e maggiore efficienza nel settore industriale con riduzione della domanda di energia per unità di prodotto.

Nel maggio del 1976 entrava in vigore la cosiddetta "legge Merli" che stabiliva limiti e divieti precisi alle emissioni inquinanti. Nel luglio seguente, la nube di diossina di Seveso amplificava l'attenzione alle problematiche legate all'ambiente.

Aumentavano gli articoli dedicati al tema analizzato da diversi punti di vista: da quello degli adempimenti amministrativi per le aziende in materia di tutela dell'aria e dell'acqua a quello dei rifiuti passando per le cause e i rimedi dei rumori.

Nell'estate del '78, sotto la presidenza di Luciano Dell'Orto, veniva data notizia della creazione del Comitato permanente Anima per i problemi ecologici composto dai rappresentanti della Uida - Unione impiantisti depurazione acqua, del Co.aer (impianti di trattamento aria) e del Cicof (impianti di incenerimento) che aveva come obiettivo quello di diventare un punto di riferimento in materia di difesa dell'ambiente. Maggiori informazioni venivano date anche alla politica comunitaria in materia di energia anche perché, come evidenziava il presidente dell'associazione, era necessario implementare la collaborazione europea perché «non era più possibile né ammissibile operare con l'adagio dei nostri vecchi che diceva "chi fa per sé fa per tre"».

Nei primi mesi del '79, le economie mondiali si sarebbero confrontate con il secondo "shock petrolifero" conseguenza del successo della rivoluzione khomeinista in Iran. Crollavano le esportazioni e così l'Opec decideva di aumentare il prezzo del petrolio che, in sei mesi, passava da 13 a 30/35 dollari al barile con l'inevitabile ricaduta, in Italia come negli altri paesi, sulla bilancia dei pagamenti e l'acuirsi della dinamica inflazionistica. Il dibattito ambientale e sulle fonti alternative subiva una nuova accelerazione e anche *L'Industria Meccanica* non mancava di dare, al solito, il proprio contributo. L'utilizzo dell'energia solare negli Stati Uniti, il convegno "Il ritorno al carbone", l'inquinamento acustico negli ambienti industriali non erano che alcuni degli argomenti trattati dalla rivista.

people from some of the most important Italian mechanical engineering companies, such as Marelli, Ansaldo and Franco Tosi. After the first half of the decade, the first articles began to appear on alternative sources of energy, such as nuclear, methane, solar power and even power from wave motion and tides.

This interest stemmed indirectly from the launch in 1975 of the first national energy plan, which envisaged the redirection of Italian energy policy in line with what was happening in other European countries: diversification of energy supply and demand towards non-oil sources, growth of internal production to reduce dependence on energy from abroad and greater efficiency in the industrial sector to reduce energy demand per product unit. May 1976 marked the entry into force of the so-called "Merli Law", which established limits and precise bans on polluting emissions. In the following July, the Seveso dioxin cloud focussed attention on problems linked to the environment. Articles covering the topic increased and analysed the matter from various angles: from the point of view of administrative requirements for companies in matters of air and in terms of water protection or waste, as well as the causes and remedies of noise.

In summer 1978, under the presidency of Luciano Dell'Orto, details were given on the creation of the ANIMA permanent committee for environmental problems, which was composed of UIDA (Unione Impiantisti Depurazione Acqua - Union of Water Purification System Installers), CO.AER (Impianti di Trattamento Area - Air Treatment Systems), and CICOF (Impianti di Incenerimento - Incineration Systems) representatives, the aim of which was to become a point of reference for environmental protection matters. More information was also provided on Community policy in energy matters, partly because, as the association president emphasized, European collaboration was necessary since "it was no longer possible or acceptable to work according to the old saying "chi fa per sé fa per tre", meaning "if you want something done, do it yourself".

*In early 1979, global economies were faced with a second oil crisis, following the success of the Iranian revolution of Ayatollah Khomeini. Exports fell and, as a result, OPEC decided to raise oil prices which, in six months, passed from 13 to 30/35 dollars a barrel with an inevitable effect on the balance of payments and the intensification of inflationary trends. The debate on the environment and on alternative sources received new impetus, and even *L'Industria Meccanica* made its contribution as usual.*

Nel '79 ci fu anche un'importante novità. Nel novembre, infatti, a proposito di un convegno sullo smaltimento dei rifiuti solidi, il mensile sottolineava come la crisi energetica avesse ormai reso necessario considerare il riciclo, la raccolta differenziata e la produzione di combustibile dai rifiuti.

Nel decennio '70, era diventato un termine comune. "Assenteismo" e "assenteista" venivano usati spesso e a ragione veduta. All'inizio del 1971, *L'Industria Meccanica* pubblicava i risultati di uno studio della Cee dal quale si evinceva come in Italia, dal 1958 al '70, si fossero perse 167 milioni di giornate lavorative tra scioperi e agitazioni sindacali.

Nello stesso periodo in Germania, con oltre 6 milioni di lavoratori in più, le giornate perse erano state "solo" 4 milioni.

Un peso rilevante l'aveva anche l'assenteismo e così, fin dallo stesso anno, Confindustria decideva di monitorare la situazione con rilevazioni trimestrali da cui si ricavava come il 50% fosse ascrivibile principalmente a malattie non professionali e il 10% agli scioperi. Tra le nazioni industrializzate, l'Italia aveva la percentuale maggiore di assenteisti: il 13% contro il 5,8% della Francia e il 4,2% degli Usa.

Al "ponte" di lunedì 3 novembre 1975, il periodico dedicava un certo spazio.

La ragione era semplice: la percentuale aveva toccato il 35%! Intanto, nel maggio del '72, veniva dato particolare risalto al cinquantenario dell'Uni.

Per l'occasione, erano convenuti a Milano i delegati stranieri di 20 paesi aderenti all'Iso, l'organizzazione internazionale di normazione, per incontrarsi con i loro colleghi italiani nel salone dei congressi della Fiera Campionaria.

Il bilancio del primo mezzo secolo di vita era notevole: erano state prodotte 11.846 tabelle pari a 4819 norme.

Insieme alle prime notizie sul leasing, nel corso del '74, veniva dato avviso del primo corso di formazione organizzato dall'Anima per ruoli dirigenziali perché «coloro che svolgono il ruolo di capo si trovano a fronteggiare situazioni in continua evoluzione che richiedono nuove capacità e diversi metodi di gestione improntati all'analisi psico-sociologica dei comportamenti e a metodi partecipativi». Da ultimo, e per tutto il decennio, si sarebbe parlato ancora di danni di guerra.

Ogni anno, infatti, venivano pubblicati nuovi coefficienti di rivalutazione per il calcolo dei contributi per la ricostruzione o il ripristino dei beni relativi ad attività industriali danneggiati o distrutti durante gli eventi bellici «che erano stati riparati o ricostruiti nel corso dell'anno precedente».

The use of solar energy in the United States, "The return to carbon" conference, and noise pollution in industrial environments were just some of the topics discussed in the magazine.

There was also more important news. In November 1979, on the topic of a conference on the disposal of solid waste, the monthly magazine underlined how the energy crisis had made it necessary to consider recycling, separate waste collection and the production of fuel from waste.

During the 1970s, the terms "Absenteeism" and "absentee" were often used and for good reason. At the beginning of 1971, L'Industria Meccanica published the results of an EEC study, from which it was deduced that in Italy, from 1958 to 1970, 167 million working days were lost due to strikes and trade union action.

In the same period in Germany, which had over 6 million additional workers, the days lost were "only" 4 million. Absenteeism also had a significant effect and so, at the end of the same year, Confindustria decided to monitor the situation on a three-monthly basis; it was deduced from this that 50% was due primarily to non-work-related illnesses and 10% to strikes. Among industrialized nations,

Italy had the highest percentage of absenteeism: 13% compared to 5.8% in France and 4.2% in the USA. The periodical dedicated space to this topic on Monday 3rd November 1975. The reason was simple: the percentage had touched 35%!

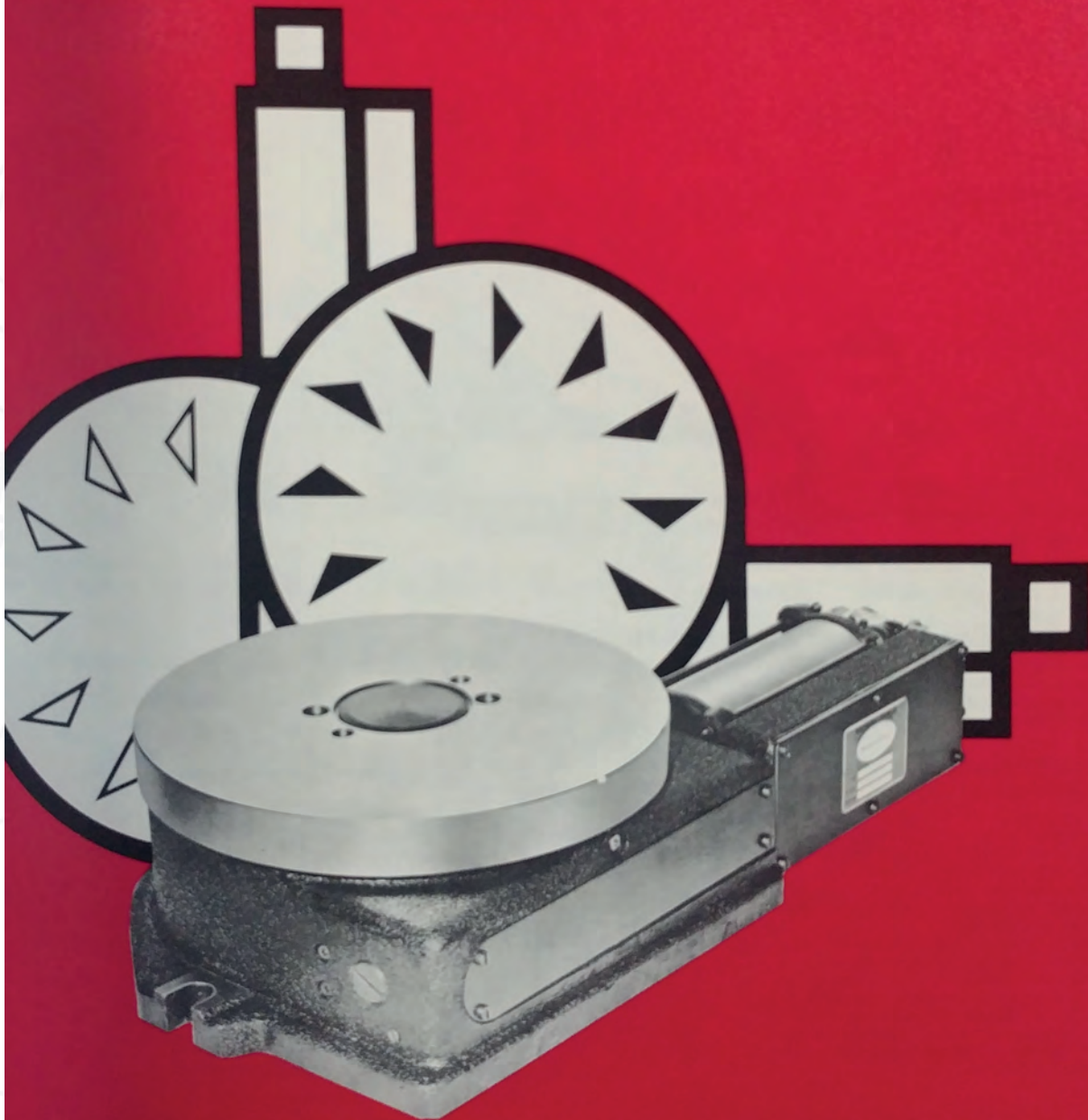
In the meantime, in May 1972, particular attention was paid to the fiftieth anniversary of UNI. For the occasion, the foreign delegates of 20 countries and members of ISO, the international standards organization, met in Milan with their Italian colleagues in the congress hall of the Trade Fair. The results of the first half century of operations were considerable: 11,846 tables equal to 4,819 standards had been produced. Together with the first news on leasing, during 1974, information was given on the first training course organized by ANIMA for managerial roles, because 'everyone performing the role of manager will face continuously changing situations that require new abilities and different methods of management based on psycho-sociological analyses of behaviours and participatory methods'. Lastly, and for the entire decade, war damage would continue to be discussed. Each year, in fact, new methods for re-evaluating



▲ CAMOZZI / STABILIMENTO DI POLPENAZZE (BS) 1975
CAMOZZI / POLPENAZZE (BS) FACTORY 1975

the calculations of subsidies for the reconstruction or recovery of goods involved in industrial activities, which have been damaged or destroyed during war events 'that were repaired or reconstructed over the past year'.

TAVOLE ROTANTI RT-250



MI

4-B-1.1

◀ PUBBLICITÀ STORICHE / BELLOWS-VALVAIR TAVOLE ROTANTI
HISTORICAL ADVERTISING / BELLOWS-VALVAIR ROTATING TABLES

L'INDUSTRIA MECCANICA

420

Settembre 1987
Anno XXXIX

Spedizione in
abbonamento postale
Gruppo 3º/70

Pubblicazione
mensile
tecnico
economica
ufficiale
per gli atti
dell'A.N.I.M.A.



CAPITOLO 9

L'elettronica applicata alla meccanica cambia il modo di produrre. Negli anni '80 anche i termini del marketing arrivano nelle aziende e sulle pagine della rivista



CHAPTER 9

Electronics applied to mechanics changed production. In the 80s marketing arrived in companies and in the magazine

LA CIVILTÀ DELL'INFORMAZIONE E L'ARTE DI COMUNICARE

THE CULTURE OF INFORMATION
AND THE ART OF COMMUNICATION

“

**L'ELETTRONICA
SI AFFERMA NELLA MECCANICA
SULLE ALI DI UNA MAGGIORE
CONOSCENZA**

”

Il 21 maggio 1981 era di giovedì. Nella sede di Anima veniva organizzato un incontro sull'introduzione della microelettronica nell'industria meccanica.

Un'inchiesta di un paio di mesi prima, infatti, aveva certificato una certa diffidenza nei confronti dei nuovi sistemi elettronici e per questo l'iniziativa voleva dare un contributo per una maggiore conoscenza.

L'elettronica applicata alla meccanica sarebbe stato anche il tema di un convegno nei primi mesi del 1983, senza dimenticare i numerosi contributi sull'argomento pubblicati da *L'Industria Meccanica*.

Il primo di una serie era del settembre dello stesso anno a firma di Enzo Serrati, amministratore della Società Telematica, in cui si citava «il travolgente progresso tecnologico dell'ultimo decennio» e come, negli ultimi 20 anni, «si fossero prodotte e diffuse più informazioni che nei precedenti 50 secoli!». Grazie a rilevanti economie di scala che avevano portato a prezzi più bassi, era adesso possibile e conveniente «una convivenza sempre più spinta tra il mondo dei calcolatori e quello delle telecomunicazioni».

Nell'articolo si parlava anche di «società post-industriale e di società dell'informazione» perché era evidente – e ormai sempre più attuale – che «la disponibilità di informazioni era la nuova risorsa strategica del sistema economico». Non solo, anche la tempestività dell'informazione stava diventando un “ingrediente fondamentale”, un momento cruciale e decisivo. Lo stesso autore forniva l'esempio del Videotex nato dal British Post Office all'inizio degli



◀ ANIMA / LOGO CELEBRATIVO 80 ANNI DALLA FONDAZIONE 1994
ANIMA / LOGO CELEBRATING 80 YEARS SINCE ITS FOUNDATION 1994

“

ELECTRONICS
ESTABLISHES ITSELF
IN MECHANICS AND
ON THE WINGS OF
GREATER KNOWLEDGE

”

The date 21st May 1981 was a Thursday. In ANIMA's headquarters a meeting had been organized to discuss the introduction of microelectronics in the mechanical engineering industry. An investigation a couple of months earlier had confirmed that there was a certain degree of mistrust of new electronic systems and for this reason, the initiative hoped to bring about greater awareness.

Electronics for the mechanical engineering industry was also the theme of a conference held in the first few months of 1983, without forgetting the numerous articles on the subject published by L'Industria Meccanica. The first of a series was written in September of the same year by Enzo Serrati, director of the company Teleinformatica, which confirmed 'the overwhelming technological progress of the last decade' and how, in the past 20 years 'more information has been produced and circulated than in the previous 50 centuries!' Thanks to considerable economies of scale which led to lower prices, 'increased coexistence between the world of calculators and that of telecommunications was now possible and advantageous'.

The article also discussed 'post-industrial society and information society' because it was evident - and increasingly topical - that 'the availability of information was a new strategic resource for the economic system'. Furthermore, even the ti-

anni '70 e che solo nel '79 era diventato un sistema pubblico generalizzato.

Gli utenti erano già 25.000 con una crescita di 500 nuovi clienti al mese di cui l'85% nella fascia "affari". In Italia, nel novembre del 1982, la Sip aveva iniziato la sperimentazione pubblica del Videotel che per due anni avrebbe coinvolto 1000 utenti nelle principali città italiane.

A questi primi articoli, ne sarebbero seguiti altri che esploravano un territorio nuovo e affascinante che di fatto sancivano l'avvio di un cambiamento epocale come per esempio, trattando le reti locali, il passaggio da un sistema con un "grande e costoso elaboratore" a un altro con più terminali più o meno distanti dal centro.

Uno degli obiettivi della nuova civiltà dell'informazione, si ricava dalla lettura, era quello di aumentare la produttività in ufficio anche perché, negli ultimi 20 anni, era cresciuta solo del 4% molto meno rispetto al +20% degli operai.

La nuova frontiera tecnologia dell'Office Automation - uno dei tre settori chiave della gestione dell'informazione insieme all'informatica tradizionale e alle telecomunicazioni - avrebbe consentito di automatizzare circa l'80% delle attività impiegate; un dato capace di rivoluzionare il lavoro dei "colletti bianchi" e anche lo stesso luogo di lavoro.

Il rapido progresso tecnologico consentiva adesso di trattare contemporaneamente informazioni numeriche, testi descrittivi, grafici, comunicazioni telefoniche e documenti ricevuti dall'esterno.

L'impatto della telematica nel mondo industriale non era il solo argomento di grande attualità del periodo.

La parola "marketing", infatti, era già apparsa sulle colonne de *L'Industria Meccanica* negli anni Cinquanta ma con una connotazione più orientata alle pubbliche relazioni. Adesso, a distanza di circa 30 anni, il concetto si era arricchito di nuove accezioni e, aspetto focale, stava diventando decisivo nelle scelte strategiche aziendali.

Il primo di una lunga serie di articoli usciva all'inizio del 1984 firmato da Anna Paola Dal Pont, all'epoca assistente alla direzione commerciale per le pubbliche relazioni di Soimi - Società Impianti Industriali SpA. Nel suo "Il marketing e il marketing mix nelle aziende industriali" veniva riepilogata la storia della promozione commerciale, nata negli Usa agli inizi del Novecento, fino ad arrivare a quello che lei definiva "marketing preventivo" finalizzato a "anticipare attraverso ricerche e sondaggi, i desideri futuri dei consumatori".

Come era stato per l'informatica, anche in questo caso l'Italia era indietro rispetto ad altre nazioni e le sue teorie non avevano ancora grande presa sulla piccola azienda e neppure su gran parte del mercato industriale. Per quest'ultimo «il marketing

meliness of information was becoming a "fundamental ingredient", at a crucial and decisive time.

The same author provided the example of the Videotex developed by the British Post Office at the beginning of the seventies and which only in 1979 became a generalized public system. There were already 25,000 users with a growth of 500 new customers per month, of which 85% in the "business" category.

In Italy, in November 1982, SIP began experimenting the Videotel with the public, which involved 1,000 users in the main Italian cities.

In addition to these first articles, others followed that explored this new, fascinating area, which confirmed the start of radical changes such as - discussing local networks - the progression from a system with "large and costly computer" to another system with several terminals that are near or remote from the centre. One of the goals of the new information culture, that could be gleaned from the magazine, was to increase productivity in the office, also because, over the past 20 years, it had grown by only 4%, much less than the +20% of employee productivity. The new technological frontier of Office Automation - one of the three key sectors of information management together with traditional information technology and telecommunications - allowed the automation of about 80% of office jobs; an amount able to revolutionize the work of "white collar workers" and even the workplace.

This rapid technological progress allowed numerical information, descriptive texts, graphic diagrams, telephone communications and incoming documents to be dealt with at the same time.

The impact of data communication on the industrial world was not the only topical subject of the time.

The word "marketing" had, in fact, already appeared in the columns of L'Industria Meccanica in the fifties but was then more oriented towards public relations. At this time, almost 30 years later, the concept had developed to include different meanings and, significantly, was becoming a decisive aspect of corporate strategic choices. The first of a long series of articles was published at the beginning of 1984 and written by Anna Paola Dal Pont, at the time Assistant to Sales Management for the public relations department of SOIMI - Società Impianti Industriali SpA. In her "Marketing and marketing mix in industrial companies", she summarized the history of sales promotion, which developed in the USA at the beginning of the twentieth cen-





ASSEMBLEA ANIMA / ING. LUCCHINI, PRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA, E L. CAZZANIGA, PRESIDENTE ANIMA 1985 ▲
 GENERAL MEETING ANIMA / MR. LUCCHINI, PRESIDENT OF CONFINDUSTRIA, AND L. CAZZANIGA, PRESIDENT ANIMA 1985

è qualcosa di potenzialmente accettato ma praticamente rifiutato: gli imprenditori affermano di dirigere o di seguire delle aziende marketing-oriented anche quando questo concetto è avulso dalla loro realtà operativa». L'autrice sottolineava la necessità per questo settore di attuare una strategia basata sul marketing mix, nient'altro che «le carte che il manager ha in mano per giocare la sua partita: per vincere deve conoscerle e deve sapere quando e come usarle». Le aziende industriali

mative article, many others followed on a monthly basis. They focussed mainly on communication 'considered a necessity above all in times of market fatigue', but other aspects such as press campaigns, sponsorship and advertising messages were also touched upon. The titles were appealing: "The advertising agency, that big unknown", "The adverti-



PIAZZA DIAZ, 2 / SEDE STORICA DI ANIMA E DE L'INDUSTRIA MECCANICA A MILANO ▶
PIAZZA DIAZ, 2 / HISTORICAL HEADQUARTERS OF ANIMA AND OF L'INDUSTRIA MECCANICA IN MILAN



sapevano poco di queste tecniche e spesso facevano l'errore di attingere idee dal mercato del consumo molto più avvezzo a usare tali tecniche. Il mondo industriale, infatti, era meno interessato a ricerche di mercato, pubblicità, promozione, confezione e distribuzione, ma privilegiava come elemento chiave la qualità intesa come affidabilità tecnologica.

Per veicolare al meglio l'immagine dell'azienda, l'esperta consigliava di affidarsi alle pubbliche relazioni che avevano un costo contenuto ma che risultavano molto mirate, di fare pubblicità ma solo attraverso alcuni canali per esempio quello della stampa specializzata che raggiungeva il target stabilito, mentre radio e televisione comprendevano un'audience troppo vasta ed eterogenea. Bene la presentazione dell'impresa attraverso cataloghi e dépliant purché avvenisse in maniera diretta tra venditore e cliente e bene anche la partecipazione alle fiere in cui si incontravano potenziali clienti, si riunivano i venditori, si controllava la concorrenza e ci si aggiornava sulle ultime tecnologie.

A questo primo articolo divulgativo ne sarebbero seguiti molti altri con cadenza quasi mensile. Si puntava molto sulla comunicazione, «percepita come una necessità soprattutto in momenti di stanca del mercato», ma venivano toccati anche altri aspetti come, per esempio, le campagne stampa, le sponsorizzazioni e il messaggio pubblicitario. I titoli erano accattivanti: "L'agenzia di pubblicità, questa sconosciuta", "Il messaggio pubblicitario: un labirinto da cui è possibile uscire", "In fiera sì, ma come?", "Sponsor è bello" e, infine, "I cavalieri della tavola rotonda", su come migliorare l'efficacia delle riunioni aziendali di cui, secondo la solita ricerca, solo il 10% riusciva «perfettamente bene». E mentre il nuovo presidente Luigi Cazzaniga nell'84 avvertiva «che non siamo ancora usciti dal lungo tunnel» e, nel periodo successivo, evidenziava che era stato ancora una volta «un anno dal profilo troppo modesto», continuavano le uscite di contributi dedicati al marketing e alla comunicazione.

Per molti, sottolineava sempre la Dal Pont, le pubbliche relazioni erano sinonimo di «portare fuori a pranzo i clienti»,

**IL MONDO DELLA PUBBLICITÀ
E DEL MARKETING SI FA
STRADA TRA LE AZIENDE
DELL'INDUSTRIA MECCANICA**

“

THE ADVERTISING AND
MARKETING WORLD
MADE INROADS INTO
THE MECHANICS
INDUSTRY

”

ture becoming, as Ms Dal Pont called it, "preventive marketing", which had the aim of pre-empting, through research and surveys, the future wishes of consumers".

As had occurred with information technology, even in this case Italy was behind compared to other countries and its arguments had little influence on small companies or a large part of the industrial market. For the latter 'marketing is something that is potentially accepted but in practice rejected: businessmen claim to manage or follow marketing-oriented policies even when this concept is excluded from their operational practices'.

The author underlined the need for this sector to implement a strategy based on the marketing mix, which was none other than 'the cards the manager holds to play his game: to win he must know them, and understand when and how to play them'. Industrial companies knew little of these techniques and often made the error of drawing on the consumer market for ideas - which was much more accustomed to using such techniques.

The industrial world, in fact, was less interested in market research, advertising, promotions, packaging and distribution, but favoured quality, meaning technological reliability, as the key element.

To convey the company's image in the best way, the expert recommended relying on public relations, which had contained costs but was highly targeted, and on advertising but only through certain channels, for example the specialized press which reached an established target, because radio and television had an audience that was too vast and too heterogeneous.

She also recommended company presentations using catalogues and fliers, provided this was directly between the seller and the customer, as well as participation in trade fairs where potential customers could be found, sellers gathered, the competition could be observed, and the latest technologies were on show. In addition to this first infor-

ma in realtà non solo erano importantissime all'esterno dell'azienda, ma occorreva coltivarle anche all'interno attraverso, per esempio, la creazione di un Cral per promuovere iniziative a carattere culturale e sportivo o semplicemente premiando per la loro fedeltà i dipendenti più anziani o regalando «qualcosa» a Natale.

Facendo però attenzione a quale cosa non si doveva donare per nessuna ragione, per esempio, un porta sfortuna come gli orologi per i cinesi o qualsiasi oggetto che riportasse la figura di un volatile, o anche fazzoletti e perle perché portavano lacrime.

La rivista era a un punto di svolta e questo nuovo genere di contributi venivano scelti "per alleggerire".

Se il 1987, segnava l'anno del rinnovamento per grafica e contributi, il nuovo corso si poteva osservare anche scorrendo un articolo con un taglio decisamente ironico, uscito nel corso del 1986, dal titolo "L'uomo, irresistibile protagonista della pubblicità", nel quale si presentava l'imprenditore-tipo con il piumino Moncler, le

calze Burlington e ai piedi un bel paio di Timberland meglio se un po' vissute.

Il passaggio a un periodico dai contenuti più snelli (ma sempre con una sessantina di pagine e un prezzo di 5500 lire a copia) avveniva sotto la regia del direttore Enrico Malcovati - in carica dall'estate dell'80 - coadiuvato dalla nuova segretaria di redazione Mariangela Petrolì che operava nella storica sede milanese di piazza Diaz a cui si aggiungevano i due uffici di Roma e Genova. Il nuovo sommario era così strutturato: "Vita e iniziative dell'Associazione", "Tecnica", "Economica", "Costi e tariffe" e la sezione "Dalla parte delle aziende" (diventata poi "Le aziende informano"), in cui le imprese segnalavano i loro nuovi prodotti.

Tra le novità, la rubrica "Informatica... informa", diversi "Speciali estero" e ...un breve intervallo" con pezzi leggeri: "Siamo tutti sportivi" e "Managerial look".

Veniva anche annunciato un nuovo servizio di consulenza legale dedicato ai lettori, abbonati e inserzionisti, in particolare sulle questioni contrattualistiche.

ASSEMBLEA ANIMA 1986
GENERAL MEETING ANIMA 1986



sing message: a maze from which it impossible to escape", "Trade fairs yes, but how?", "Sponsoring is good" and, lastly "The knights of the round table", on how to improve the efficiency of corporate meetings since, according to research, only 10% were 'perfectly successful'. Although the new President Luigi Cazzaniga in 1984 warned 'that we still cannot see light at the end of the tunnel' and, in the next issue, highlighted that it was once more 'a year of insufficient recovery', articles on marketing and communications continued to be published.

For many companies, Dal Pont underlined again, public relations were synonymous with 'taking customers out to lunch', but which in reality were extremely important not only outside the company but also needed to be cultivated inside, for example, by creating a CRAL (recreational and leisure association) to promote cultural and sporting initiatives, or by simply rewarding the oldest employees for their loyalty or gifting them 'something' at Christmas. Paying attention, however, to things that should never be given for any reason, for example, bad omens such as watches to the Chinese and any item depicting a bird, or even handkerchiefs and pearls because they bring tears. The magazine was at a turning point and this new type of article was chosen "lighten the mood". The year 1987 was one of renewal for graphic desi-

gn and articles. The new look could also be seen by browsing an article with a decidedly ironic style, which was published during 1986 with the title "Man, irresistible protagonist of advertising", which presented a businessman-type character with a Moncler jacket, Burlington socks and on his feet a pair of Timberland shoes - slightly worn. The change in the magazine, with more streamlined content (but always about sixty pages long and a price of 5,500 lire per copy) was carried out under the management of the editor Enrico Malcovati - in office from summer 1980 - assisted by the new Editorial Secretary Mariangela Petrolì, who worked in the historic Milan headquarters in Piazza Diaz, to which two offices in Rome and Genoa had been added. The new summary was structured in the following way: "Life and initiatives of the Association", "Technology", "Economics", "Costs and tariffs" and the section "from companies' point of view" (which later became "Companies' information"), in which companies provided information on their new products. Among the new features were the column "Information technology... informs", various "Foreign specials" and... "a brief interval" with light-hearted articles: "We are all sportsmen" and "Managerial look". A new service of legal consultancy for readers, subscribers and advertisers was also announced, particularly on matters concerning contracts.

**RUOTE
GOMMATE PIENE
SIGMA**

58



**PER CARRELLI
DI MEDIA PORTATA
CON OTTIMA
SCORREVOLEZZA**



**tellure
Rôta®** s.p.a.

L'INDUSTRIA MECCANICA

479

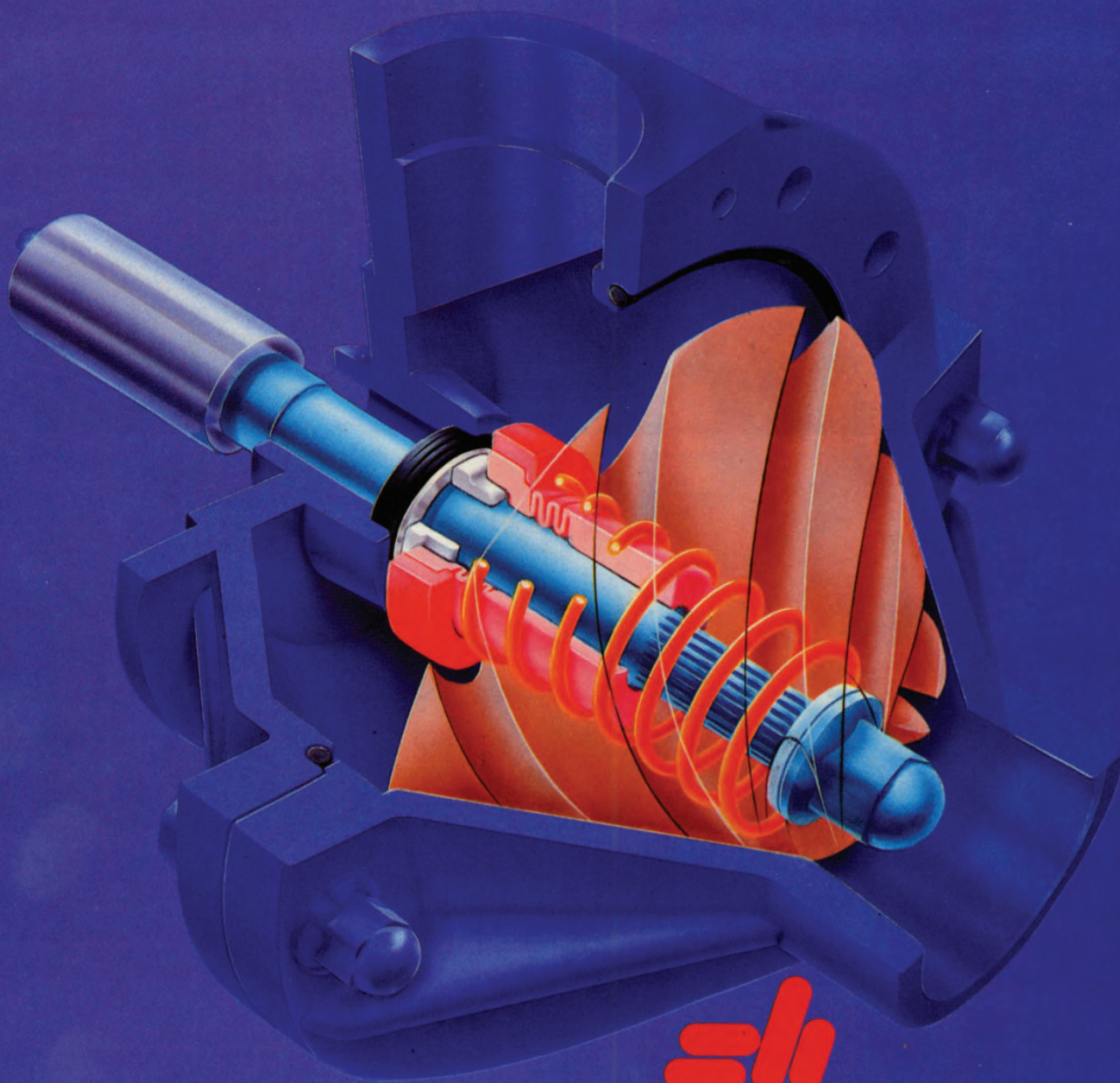
Marzo/Aprile 1993
Anno XLV

Spedizione
in abbonamento postale
Gruppo 3^o/70
TAXE PERCUE
TASSA RISCOSSA
TASSA PAGATA PER I.P.

**Publicazione mensile
tecnico economica
ufficiale
per gli atti
dell'A.N.I.M.A.**



ANIMA[®]



SAVINO BARB

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA MARZO/APRILE 1993
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA MARCH/APRIL 1993

CAPITOLO 10

Con gli anni '90 L'Industria Meccanica è una rivista business to business. Grande spazio a temi come la qualità, l'internazionalizzazione, ma anche l'arrivo di internet negli uffici



CHAPTER 10

In the 90s, L'Industria Meccanica became a business- to-business magazine. Considerable space dedicated to quality, internationalisation, and internet arriving in the offices

VERSO IL NUOVO MILLENNIO

TOWARDS THE NEW MILLENNIUM

“

**IL CROLLO DEL BLOCCO SOVIETICO
OFFRE DIVERSE OPPORTUNITÀ
ALL'INDUSTRIA ITALIANA
CHE ADESSO GUARDA A EST**

”

«L'Industria Meccanica non è una delle tante riviste di meccanica, ma una rivista per l'industria meccanica». Non era la prima volta, nella lunga storia della rivista, che con legittimo orgoglio la redazione sottolineava il contributo fornito dalla pubblicazione alla conoscenza e allo sviluppo del settore della meccanica varia.

Era il 1994 e si era ormai totalmente compiuta la trasformazione da pubblicazione specializzata a una formula editoriale più vicina al "business", con una maggiore attenzione ai temi di attualità. La struttura del mensile, difatti, si sarebbe arricchita di contributi presi da altre riviste specialistiche o più generaliste.

Con il primo numero del 1991, *L'Industria Meccanica* si presentava con una veste rinnovata e con più di una novità. Anche la redazione si era trasferita nella nuova sede Anima in via Battistotti Sassi 11, sempre nel capoluogo lombardo, mentre la stampa veniva affidata alla milanese Delar Edizioni Srl che si occupava anche del servizio abbonamenti e di quello della pubblicità.

Nel sommario venivano inserite alcune nuove rubriche: "Dalla Cee", "Innovazione", "Congiuntura", "Organizzazione aziendale", "Management" e, dal 1994, "Tecniche di marketing". Tra i grandi temi trattati non poteva mancare quello delle relazioni Est-Ovest alla luce degli importanti mutamenti politici della fine degli anni '80.

Nel marzo '90, un articolo analizzava la situazione e le prospettive tedesche dopo la riunificazione seguita alla caduta del Muro di Berlino. «Collaborare con la Perestrojka:



ZIENDA NEL MONDO

ANIMA

CON IL
REPERTORIO
ASSOCIATE
ANIMA



ANIMA®

◀ PUBBLICITÀ STORICHE / ANIMA 1994
HISTORICAL ADVERTISING / ANIMA 1994

“

THE COLLAPSE OF THE
SOVIET BLOCK OFFERED
ITALIAN INDUSTRY SEVERAL
OPPORTUNITIES AND IT NOW
LOOKED TO THE EAST

”

'L'Industria Meccanica is not just one of many mechanical engineering magazines, but a magazine for the mechanical engineering industry.'

This was not the first time in the magazine's long history, that, with justified pride, the editorial office had highlighted the contribution made by the publication to the knowledge and development of the mechanical engineering sector.

In 1994, the magazine's transformation from a specialized publication to an editorial product that was closer to a "business to business" publication, with greater attention paid to topical arguments, was almost complete. The structure of the monthly magazine was now enhanced by articles from other specialist or more general magazines. In the first issue of 1991, L'Industria Meccanica offered a new look with many new features. Even the editorial office had been transferred to the new ANIMA headquarters in Via Battistotti Sassi 11, also in Milan, while printing was entrusted to the Milanese company Delar Edizioni Srl, which also dealt with subscriptions and advertising.

The table of contents included several new columns: "From the EEC", "Innovation", "Economic trends", "Company organization", "Management" and, from 1994, "Marketing techniques". Among the important topics covered was the inevitable subject of East-West relations, especially in light of important political changes at

un'opportunità per la nostra industria» si occupava, invece, dei nuovi rapporti tra Italia ed ex Unione Sovietica, compresa la necessità di dare una maggiore stabilità alla presenza italiana e, al contempo, favorire le importazioni dall'ex blocco sovietico. Ancora nel dicembre del '90, in un lungo articolo ripreso da Quale impresa, veniva evidenziato come il nuovo scenario internazionale stesse anche favorendo il superamento dello stato di "eurosclerosi" della Comunità Europea.

Si stava entrando in una fase di rilancio delle varie opportunità di sviluppo economico e istituzionale grazie all'Atto Unico e all'avvio del progetto di Unione economica e monetaria. Quello della progressiva internazionalizzazione sarebbe stato un altro argomento molto trattato da l'Industria Meccanica. La sfida era vitale specie per la Pmi nazionale e un contributo, apparso nel '91, spiegava quali fossero gli «Approcci strategici all'internazionalizzazione d'impresa». Alla base dell'ormai imprescindibile revisione della strategia aziendale, agivano diversi motivi: la necessità di diversificare geograficamente il rischio d'impresa, «il desiderio di imporre altrove il proprio know-how, le proprie tecnologie di prodotto o di processo» e l'ambizione di misurarsi su scenari più vasti e competitivi. Al sostegno all'internazionalizzazione

the end of the 1980s. In March 1990, an article analysed the situation and prospects of Germany after reunification following the fall of the Berlin Wall. 'Working with Perestroika: an opportunity for our industry' discussed instead the new relationships between Italy and the Soviet Union, including the need to provide more stability to the Italian presence and, at the same time, promote imports from the former Soviet bloc.

Again in December 1990, in a long article taken from Quale impresa, it was highlighted how the new international landscape also supported overcoming the state of "Eurosclerosis" in the European Community.

A stage of relaunch of the various opportunities for economic and business development was beginning, thanks to the Single European Act and the start of the Economic and Monetary Union. Progressive internationalization would be another topic frequently covered by l'Industria Meccanica. The challenge was vital, particularly for the domestic SME, and an article, which appeared in 1991, explained the 'Strategic approaches for company internationalization'. There were several reasons for this by-now inescapable review of

CAMBIAMENTI EPOCALI / IL COMPUTER IN FABBRICA
MOMENTOUS CHANGES / THE COMPUTER IN FACTORIES





Thanks to @giovannalfieri.com photographer

DETAGLIO / FORNO INDUSTRIALE ▲
DETAIL / INDUSTRIAL FURNACE

delle piccole e medie imprese italiane si aggiungeva in modo particolare a partire specie dalla metà degli anni Novanta, il dibattito sulla loro capacità innovativa tra ostacoli e incentivi.

Molte delle Pmi facevano dell'innovazione e della specializzazione i loro tratti distintivi e ben si distinguevano da quelle imprese interstiziali, spesso a conduzione familiare, che si rivolgevano ai mercati locali e con basse prospettive di crescita. Nel settembre del '95, lo speciale "Sostegno alle Pmi" metteva in luce quali strumenti utilizzare per incrementare la dotazione di capitale di rischio pesantemente condizionato dal costo del denaro. Altre questioni riprese dalla rivista erano la ricerca e la formazione di personale qualificato e, uscito nella primavera del '93, il passaggio da una gestione familiare a una manageriale, sintetizzato da un titolo significativo: "Quando l'intuito non basta più".

Grande spazio veniva dato, a partire dai primi mesi del '90, al tema della qualità. Da poco, infatti, era operativo il sistema Csq - Certificazione del Sistema Qualità - riservato alle aziende elettrotecniche, elettromeccaniche, elettroniche e del settore gas. Secondo il periodico Xilon il controllo della qualità avrebbe prodotto un aumento della competitività delle Pmi e nell'estate '91 si arrivava all'interessante test di

company strategy: the need to diversify business risk geographically, 'the desire to spread awareness of a company's know-how, product or process technologies', and the drive to succeed in broader, more competitive contexts.

In support of the internationalization of small and medium-sized Italian enterprises, articles on their innovative abilities, as well as obstacles and incentives, appeared, in particular, from the mid-nineties. Innovation and specialization were often the distinctive features of many SMEs, which were often family run and looked to local markets with lower growth prospects. In September 1995, the special feature "Support for SMEs" highlighted the tools to use to increase risk capital allocation, which was heavily conditioned by the cost of money.

Other matters discussed by the magazine were the search for and training of qualified staff and, in the spring issue of 1993, the passage from family management to business management, which summarized with the meaningful title: 'When intuition is no longer enough'.

Considerable space was given, from

Icim "Come autovalutare il "sistema qualità" della vostra azienda" e al divulgativo "Sistema di qualità: la triade dei concetti base". Il passaggio non era dei più facili per gli imprenditori perché occorreva rivedere la propria visione dell'azienda, far propria la giusta mentalità e, infine, creare le condizioni perché tutti si potessero adeguare al nuovo indirizzo.

Nel numero di luglio/agosto 1992, veniva pubblicato lo speciale "Qualità in azienda" con le nuove tendenze della "Customer Satisfaction" e della "Quality Function Deployment".

L'avvio dell'inchiesta "Mani pulite" veniva trattata in un paio di articoli nel febbraio '92 e nella primavera dell'anno seguente. In quest'ultimo, dal titolo "Etica: un pilastro per l'imprenditoria", si sosteneva il concetto di un sistema economico da rifondare tenendo conto, in misura preminente, delle esigenze della morale e che doveva per forza coinvolgere l'imprenditoria e il mondo politico.

Organizzazione aziendale, risorse umane, pubblicità e marketing avrebbero trovato sempre maggior spazio sull'organo ufficiale Anima.

Nell'autunno del '95, per esempio, usciva "Più leader, meno manager" che annunciava la «miscela vincente per vincere le sfide del terzo millennio» ovvero: visione e valori, senso della realtà, etica e coraggio. Il termine "strategia" ritornava spesso nelle colonne de *L'Industria Meccanica* come, per esempio, nell'articolo ripreso da Uomo manager "Vincere in sei mosse" sull'importanza del passaggio da una "strategia pianificata" alla nuova «strategia gestionale», più flessibile e quindi modificabile a seconda delle condizioni e delle necessità.

"Licenziati e contenti", invece, introduceva «l'outplacement» utilizzato dalle imprese per guidare i propri ex dipendenti nella ricerca di un nuovo posto di lavoro, riuscendo in questo modo a «eliminare risorse umane mantenendo alta l'immagine esterna e interna».

Ancora del '92 era "Capitani numerosi", un lungo articolo che esaminava le conseguenze della trasformazione dei rapporti gerarchici nelle imprese da orizzon-

“

**COMPANY ORGANISATION
AS A FOCUS FOR
IMPROVING PRODUCTS
SERVICES AND THE
QUALITY OF LIFE**

”

the first few months of 1990, to the topic of quality. The CQS – Certified Quality System, which was dedicated to electrotechnical, electromechanical, electronic companies and the gas sector, had been operational only for a short time.

According to the periodical Xilon, quality control would improve SME competitiveness, and in summer 1991, this led to the interesting ICM test 'How to self-evaluate the "quality system" of your company' and the informative "Quality system: the triad of basic concepts". The change was not the easiest for business owners because it involved taking a new look at their company, shifting their mindset and, lastly, creating the right conditions so that everyone could adapt to the new direction. In the July/August 1992 issue, a special feature "Quality within the company" was published, discussing new developments in "Customer Satisfaction" and "Quality Function Deployment". The start of the "Mani pulite" (literally "Clean hands") investigation was discussed in a couple of articles in February 1992 and again in spring of the following year. In the latter article, with the title "Ethics: a mainstay for businesses", support was given to the concept of an economic system to be rebuilt taking into account, primarily, the requirements of morality, which, necessarily, must involve businesses and the political world.

*Company organization, human resources, advertising and marketing found even greater space in ANIMA's official publication. In Autumn 1995, for example, the article "More leaders, less managers" was published, which announced the 'winning mix for overcoming the challenges of the third millennium', in other words, vision and values, sense of reality, ethics and courage. The term "strategy" returned often to the columns of *L'Industria Meccanica*, for example, in the article taken from Uomo manager "Win in six moves" on the importance of passing from a "planned strategy" to the new 'management strategy' - more flexible and therefore adaptable to conditions and needs.*



“

**L'ORGANIZZAZIONE
AZIENDALE COME FOCUS
PER MIGLIORARE PRODOTTI
SERVIZI E QUALITÀ DELLA VITA**

”



CAMBIAMENTI EPOCALI / VIGILIA DELLA CADUTA DEL MURO DI BERLINO 1989 ▲
MOMENTOUS CHANGES / EVE OF THE FALL OF THE BERLIN WALL 1989

tali a verticali, in altre parole la distinzione tra dirigenti e dipendenti si stava sempre più attenuando.

Nel dicembre '94, iniziava la pubblicazione di una serie di articoli sul marketing di "ultima generazione" con cinque temi trattati: la pianificazione, le strategie, la strategia di prodotto, il lancio di nuovi prodotti e, infine, le ricerche di marketing.

L'evoluzione era figlia dei tempi. I mercati erano ormai saturi e non crescevano più «con progressione verticale» per questo occorreva un approccio nuovo così riassumibile: "Think global, act local".

Non si parlava più di pubblicità ma di comunicazione d'impresa con investimenti raddoppiati anche grazie al boom delle televisioni commerciali e ci si interrogava su quanto l'introduzione del personal computer stesse modificando la sostanza e la tempistica di alcune decisioni aziendali.

Ma c'era dell'altro e non si trattava di cosa da poco.

"Dismissed and happy ever after", instead, introduced 'outplacement', a service used by businesses to guide their former employees in their search for new jobs, thereby managing to dismiss human resources while maintaining a good external and internal image.

Again in 1992, "Too many captains" was published. This long article examined the consequences of transforming hierarchical relationships in businesses from horizontal to vertical ones, in other words the distinction between directors and employees was becoming increasingly blurred.

In December 1994, a series of articles on "latest generation" marketing was published which dealt with five topics: planning, strategies, product strategy, launch of new products and, lastly, marketing research.

VALVOLE / CONTROLLO DI LINEA PRODUZIONE
VALVES / CONTROL OF PRODUCTION LINE

A metà degli anni '90, infatti, iniziavano ad apparire i primi commenti su Internet. Nel 1996, usciva l'articolo "Internet: consigli per l'uso", che intendeva rispondere a due domande che «assillavano milioni di persone»: A che cosa serve internet? Serve internet? I dirigenti industriali, era scritto, «non riescono a valutare se si tratti di un investimento sensato; famiglie e insegnanti si domandano se possa essere uno strumento formativo, una tendenza da assecondare o reprimere».

Le risposte le forniva la banca d'affari Morgan Stanley che, in questo caso, abbandonava la tradizionale cautela per commentare: «stiamo assistendo ai primi vagiti di un fenomeno di portata secolare».

Nello stesso anno, *L'Industria Meccanica* veniva sottoposta a un nuovo restyling grafico e di contenuti. Le pagine rimanevano un centinaio, ma venivano introdotte nuove sezioni e rubriche che comparivano e scomparivano senza un ordine preciso. La rivista risultava sempre più orientata a essere un vero e proprio house organ "B2B" con spazio, oltre che per le "storiche" rubriche, anche per nuove sezioni come per esempio: "L'industria del mese", "Realizzazioni militari", "Il personaggio", "Leader", "I casi risolti" e per la "Sicurezza". Quest'ultima, in effetti, trattava un argomento sviluppatosi parecchio all'interno del mensile e questo ancor prima dell'entrata in vigore della legge 626/94.

All'inizio del 1993, lo speciale "Vivere o sopravvivere" si era occupato di difesa dell'ambiente, sicurezza e igiene negli ambienti di lavoro, di protezione civile e antincendio, di rischio rumore, senza dimenticare - "Obiettivo: zero fibre" - un articolo sulla pericolosità dell'amianto. Un anno prima, intanto, era apparso un articolo dedicato alle Biotecnologie, ovvero "l'industria del prossimo secolo".

Evolution was a result of the times. The markets were already saturated and no longer growing 'with vertical progression' and for this reason a new approach was needed, summarized by the phrase "Think global, act local". Advertising was no longer spoken about, instead business communication became the watchword, with investments doubled in part thanks to the boom in commercial TV stations; questions were asked whether the introduction of personal computers was changing the substance and timing of certain company decisions.

There were many other important topics. In the mid-1990s, the first comments began to appear concerning the Internet. In 1996, an article was published entitled "Internet: tips for use", the aim of which was to answer two questions that 'tormented millions of people': What is the purpose of the Internet? Do we need the Internet? Industrial executives, it was written 'are unable to assess whether it is a reasonable investment; families and teachers ask each other whether it can be an educational tool, a trend to support or reject'. The answers were supplied by the merchant bank

Morgan Stanley, which in this case abandoned its usual caution and stated 'we are witnessing the first stirrings of a colossal phenomenon'.

*In the same year, the graphics and contents of *L'Industria Meccanica* were restyled; the number of pages remained at about one hundred, but new sections and columns were added and removed in no particular order. The magazine was increasingly oriented towards being a real "B2B" house organ, with space given not only to the "historic" columns, but also to new sections, such as: "The industry of the month", "Military projects", "The personality", "Leaders", "Cases resolved" and "Safety". The latter section dealt with a topic that had developed considerably within the magazine, even before Law 626/94 came into force. At the beginning of 1993, the special feature "Live or survive" discussed environmental protection, safety and hygiene in the workplace, civil and fire protection, noise risk, as well as - "Goal: no fibres" - an article on the dangers of asbestos. A year earlier, an article was published on biotechnologies entitled "Industry in the next century".*



Thanks to @giovanalfieri.com photographer

◀ **DETTAGLIO / PARTI DI MACCHINARI**
DETAIL / PARTS OF MACHINERY

L'INDUSTRIA

518

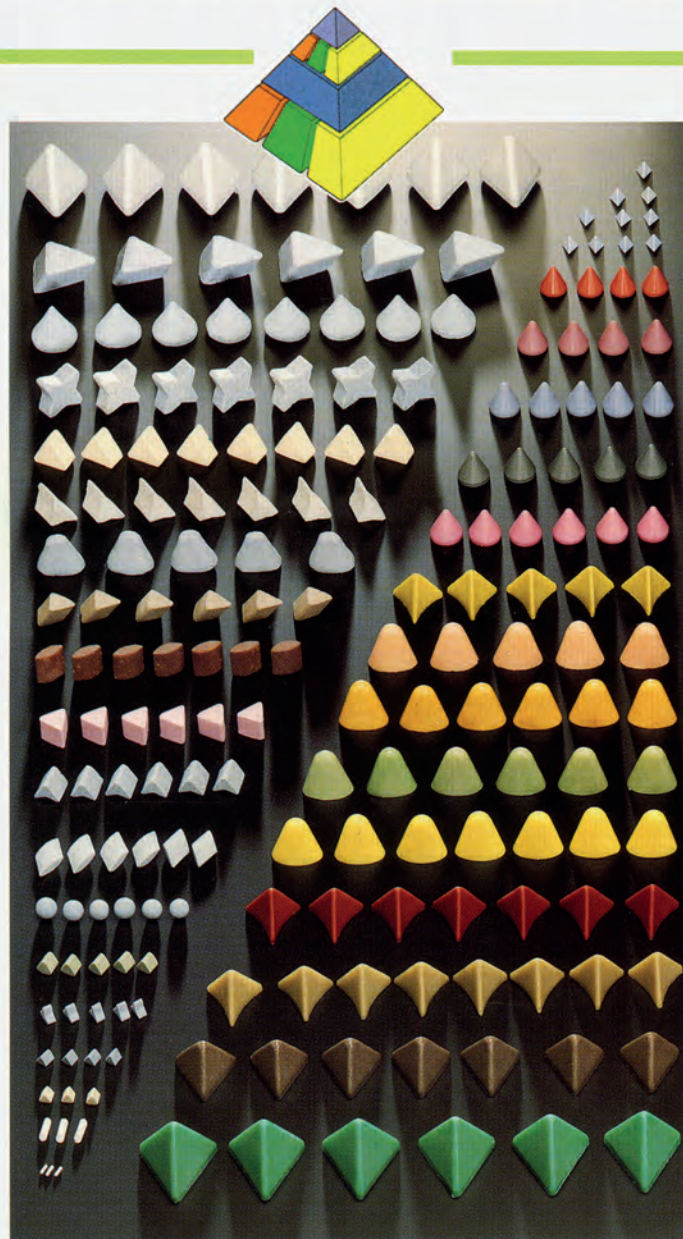
aprile 1997
Anno 49°
fondata nel 1919



MECCANICA

Pubblicazione mensile tecnico economica ufficiale per gli atti dell' ANIMA

Federazione delle Associazioni Nazionali della Industria Meccanica Varia ed Affine



RÖSLER

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA APRILE 1997
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA APRIL 1997

CAPITOLO 11

Il passaggio dalla Lira all'Euro e un mondo sempre più globalizzato sono gli ingredienti dell'Industria Meccanica prima e dopo il nuovo millennio



CHAPTER 11

Switching from Lira to Euro and an increasingly more globalized world were the Industria Meccanica ingredients before and after the new millennium

PAROLE NUOVE: “MADE IN ITALY”, GLOBALIZZAZIONE E WEB-ECONOMY

NEW WORDS: “MADE IN ITALY”, GLOBALIZATION AND DIGITAL ECONOMY

“

IL XXI SECOLO SI APRE
ALL'INSEGNA DELLE PAROLE
D'ORDINE “QUALITÀ”
E “INTERNAZIONALIZZAZIONE”

”

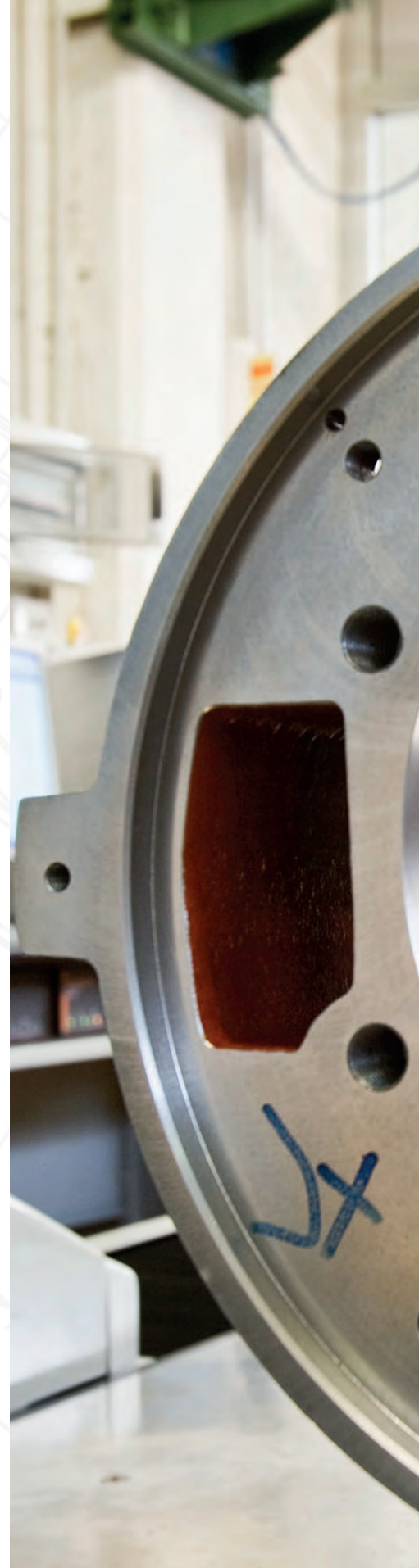
Scampato il pericolo del “Millenium bug”, anche *L'Industria Meccanica* entrava nel terzo millennio.

Degli ultimi anni del XIX secolo, la rivista si portava dietro alcuni temi “caldi” mentre l'attualità non smetteva di proporre nuovi argomenti. Dell'Euro, il mensile aveva iniziato a occuparsi già dal 1997 con uno speciale, “Dalla Lira all'Euro, uscito alla fine dell'estate e dedicato interamente alla moneta unica e all'Unione monetaria. A questo, erano seguiti alcuni articoli sulle probabili difficoltà legate all'introduzione della nuova moneta inseriti in una rubrica creata ad hoc.

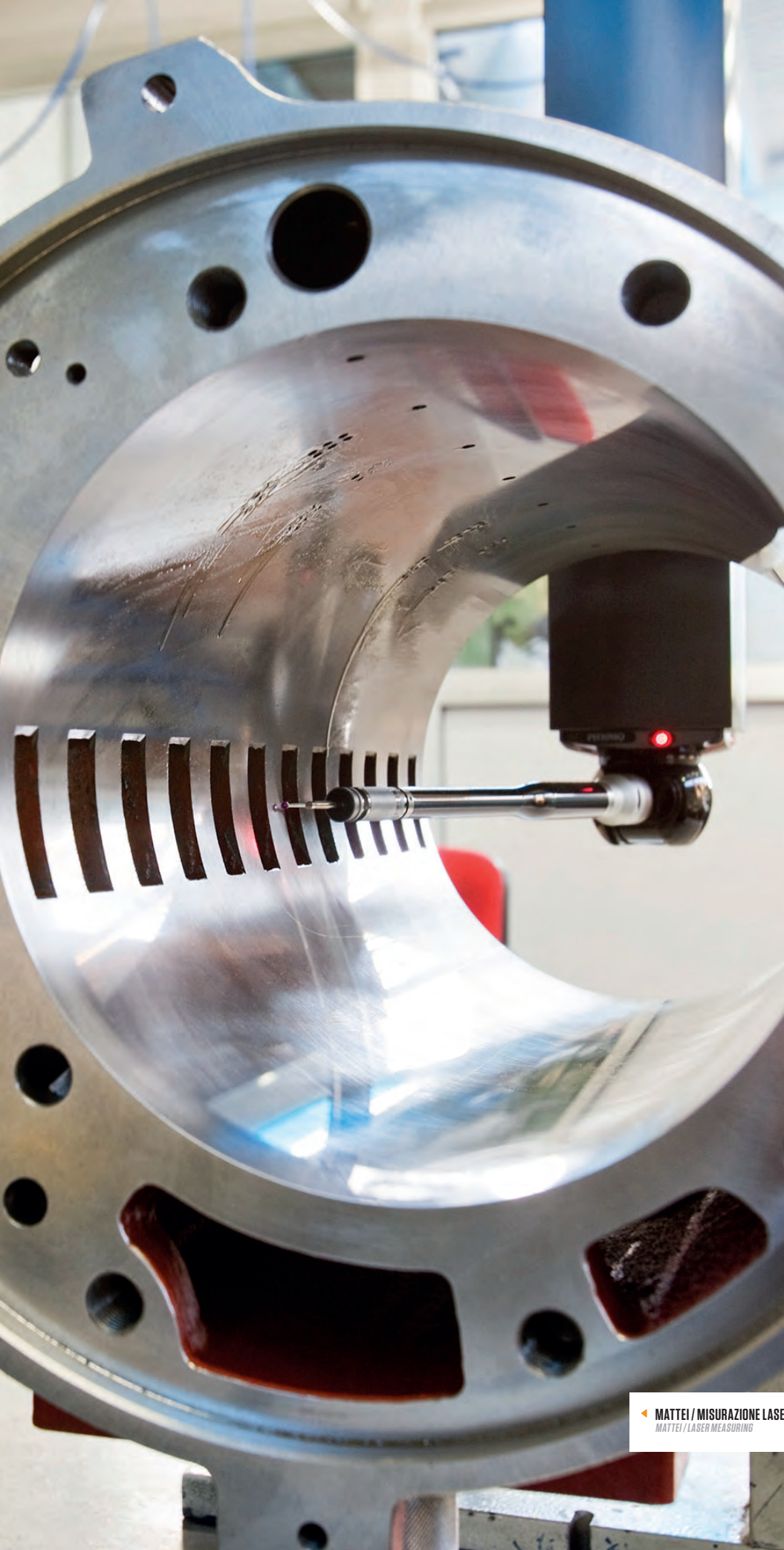
Altro argomento ereditato dal recente passato era quello della contraffazione, affrontato con la pubblicazione di alcuni contributi sullo spionaggio industriale e sulla proprietà intellettuale.

La questione era molto seria e ancora nel marzo del 2005 si poteva leggere che i falsi stavano “alluvionando” il mercato dell'Unione Europea, che sembrava invaso da prodotti palesemente fuori legge, mentre dalle dogane «tutto passa come l'acqua in un setaccio» e le istituzioni non facevano nulla per tutelare le imprese.

Novità importanti arrivavano anche dal fronte “qualità”. Con l'approvazione dei nuovi standard Iso contrassegnati con il marchio “Vision 2000”, si passava dal concetto di “garanzia della qualità” a quello più innovativo di “gestione della qualità”. In pratica, oltre alle caratteristiche tecnologiche dei prodotti, si dovevano considerare aspetti relativi al processo produttivo, all'ambiente, alla sicurezza,



Thanks to @giovannalfieri.com photographer



“

THE XXI CENTURY STARTED
WITH THE BUZZWORDS
"QUALITY" AND
"INTERNATIONALISATION"

”

Having survived the danger of the "Millennium bug", even L'Industria Meccanica entered the third millennium. From the last few years of the twentieth century, the magazine carried forward certain "hot" topics, while current events led to the inclusion of many new topics. Regarding the Euro, the monthly magazine had been dealing with this topic since 1997 with a special feature "From the Lira to the Euro", which came out at the end of summer and was devoted entirely to the single currency and monetary union. Other articles followed on the likely difficulties associated with the introduction of the new currency, which were included in a special column.

Another topic inherited from the recent past was counterfeiting, which was addressed by publishing several articles on industrial espionage and intellectual property.

The matter was extremely serious, and again in March 2005 the magazine stated that counterfeits were "flooding" the market of the European Union, which seemed to be awash with products that were clearly illegal, while through customs 'everything passed like water through a sieve' and the authorities did nothing to protect businesses.

Important news also arrived from the "quality" front. With the approval of the new ISO standards bearing the mark "Vision 2000", the concept of "quality guarantee" passed to

alla formazione del personale e all'organizzazione aziendale.

Dal gennaio 2002, la rivista si presentava con una nuova veste grafica e con alcune novità nei contenuti.

La redazione era sempre in via Battistotti Sassi 11 dove, oltre al direttore Enrico Malcovati, lavoravano Cinzia Alchieri e il consulente editoriale Giuseppe Bonacina, mentre il servizio abbonamenti e pubblicità erano gestiti adesso da Asa - Azienda Servizi Anima Srl.

Numerose le nuove rubriche tra cui "Donne e uomini al timone" sul sistema Confindustria e altre organizzazioni, "Vetrina fiere", "Internazionalizzazione", "Eurosportello", "L'industria del mese" e, infine, "Responsabilità sociale delle imprese".

Quest'ultimo argomento, iniziava a trovare spazio a partire dalla primavera del 2003 con l'articolo intitolato "Per lo sviluppo dell'imprenditoria nel sociale", nel quale venivano riepilogati i principali passaggi di questo nuovo "sentire" l'impresa come soggetto socialmente responsabile. Se nel marzo 2000, il vertice del Consiglio Europeo di Lisbona aveva indicato come obiettivo strategico per il 2010 quello di «trasformare l'Europa nell'area economica basata sulla conoscenza più dinamica e competitiva al mondo, capace di generare una crescita sostenibile, migliori opportunità di lavoro e maggiore coesione sociale», la campagna di sensibilizzazione era iniziata già nel '95 con la pubblicazione del "Manifesto delle imprese europee contro l'esclusione sociale".

the more innovative "quality management". In practice, in addition to the technological characteristics of the product, aspects concerning the production process, environment, safety, staff training and company organization needed to be considered. From January 2002, the magazine had a new graphic design and some new content. The editorial office was still in Via Battistotti Sassi 11, where Cinzia Alchieri and the editorial consultant Giuseppe Bonacina worked together with the Editor Enrico Malcovati. Subscription and advertising services, instead, were managed by ASA - Azienda Servizi Anima Srl. There were numerous new columns, including "Women and men at the helm" on Confindustria and other organizations, "Trade fair showcase", "Internationalization", "Eurosportello", "The industry of the month" and, lastly "Social responsibility of businesses".

This latter topic began to be discussed from spring 2003 with an article entitled "For the development of entrepreneurship in social matters", which summarized the principal stages of this new awareness of the company as a socially responsible entity. Although, in March 2000, the summit of the Lisbon European Council declared that its strategic goal for 2010 was to 'transform Europe into the world's most competitive and dynamic economic area



ASSEMBLEA ANIMA 2009 / EMMA MARCEGAGLIA, PRESIDENTE CONFINDUSTRIA ►
GENERAL MEETING ANIMA 2009 / EMMA MARCEGAGLIA, PRESIDENT CONFINDUSTRIA



◀ **ASSEMBLEA ANIMA 2006 / LUCA CORDERO DI MONTEZEMOLO, PRESIDENTE CONFINDUSTRIA, E SAVINO RIZZIO, PRESIDENTE ANIMA**
GENERAL MEETING ANIMA 2006 / LUCA CORDERO DI MONTEZEMOLO, PRESIDENT CONFINDUSTRIA, AND SAVINO RIZZIO, PRESIDENT ANIMA

La "dimensione sociale" dell'impresa sarebbe diventato un aspetto sempre più importante specie in seguito all'apertura dei mercati, alla sfida della competitività e alla maggiore consapevolezza acquisita da parte di investitori e consumatori.

Un'inchiesta Anima faceva emergere nitidamente come gli imprenditori avessero coscienza del loro ruolo sociale ma come, al tempo stesso, si concretizzasse solo in maniera episodica e avesse in genere un modo molto riservato, quasi fosse un fatto personale e non da divulgare. Nel corso dell'assemblea del 2005, poi, veniva ribadita la necessità di rendere sistemiche le politiche sociali aziendali attraverso la diffusione di strumenti culturali adeguati. A quell'epoca, c'erano anche altri temi che comparivano sovente sulle pagine del mensile cominciando con quella che appariva una delle prime conseguenze della globalizzazione. A introdurlo era stato, già nel maggio 2001, un fondo del direttore dal titolo "Discorso sulla Cina", in cui si parlava apertamente di "pericolo giallo". Nell'estate dello stesso anno, l'allora presidente Anima Savino Rizzio, intervistato da *BusinessWeek*, aveva evidenziato le pesanti conseguenze della contraffazione industriale cinese non solo in termini economici, ma anche di qualità dei prodotti e sicurezza degli utenti.

Nell'ottobre del 2002, l'articolo "Anche in Cina è vietato copiare" evidenziava come i Cinesi, dopo aver agito con assoluta libertà, ora sembrava avessero più attenzione in patria circa il rispetto delle leggi in materia di proprietà intellettuale e di tutela dei marchi e brevetti anche

able to generate sustainable growth, better job opportunities and greater social cohesion', the campaign to raise awareness had already begun in 1995 with the publication of "Manifesto of European businesses against social exclusion".

The "social dimension" of a business became an increasingly important aspect following the opening of markets, the challenge of competition and the greater awareness of investors and consumers.

An investigation by ANIMA clearly showed how businessmen were aware of their social role but how, at the same time, this only sporadically translated into action, generally in an almost secret way as if it was personal and not to be disclosed. During the meeting of 2005, the need to make corporate social policies more structured by disseminating suitable cultural tools was reiterated. At this time, there were also other topics that often appeared on the pages of the magazine, beginning with a subject that seemed to be one of the first consequences of globalization. Introducing this was, in May 2001, a leading article written by the editor with the title "Discussion on China", which spoke openly about the "yellow peril".

In summer of the same year, the then president of ANIMA Savino Rizzio, interviewed by Business Week, highlighted the major implications of Chinese industrial counterfeiting not just in economic terms, but also

di operatori stranieri. Si arrivava, quattro anni dopo, al contributo dal titolo "Italia e Cina, confronto alla pari" che riepilogava la missione confederale nel lontano Oriente a cui aveva partecipato anche un rappresentante della Federazione Anima. Erano così tante le opportunità tecnologiche e commerciali emerse durante il viaggio che si arrivava ad affermare: «Perché non dobbiamo avere paura della Cina», ipotizzando così una sorta di divisione internazionale del lavoro.

La Repubblica Popolare cinese non doveva essere vista come una minaccia ma, al contrario, come un'opportunità per molte aziende italiane e del resto alcune erano già presenti in quel mercato con risultati incoraggianti.

Nell'ottobre del 2005, intanto, era uscito "Dagli all'untore anzi... all'imprenditore", un articolo in cui si cercava di confutare l'opinione comune che l'industria italiana soffrisse la concorrenza cinese perché non c'era abbastanza innovazione.

I "macigni" in realtà erano altri, senza contare che innovare significava anche modificare e migliorare i prodotti esistenti.

Questo concetto aiutava anche a introdurre un altro grande tema del momento: il "Made in Italy". La sfida dell'internazionalizzazione passava anche attraverso tre concetti - qualità, flessibilità e design

in terms of product quality and user safety. In October 2002, the article "Even in China it is forbidden to copy" highlighted how the Chinese, after acting with absolute freedom, now seemed to pay more attention at home to observance of laws in matters of intellectual property and protection of trademarks and patents, even those belonging to foreign businesses. Four years later, the article "China and Italy, on an equal footing", which summarized the confederal business trip to the Far East, in which a representative of ANIMA Federation had also participated.

So many technological and commercial opportunities arose during this trip that conclusions were reached as to 'Why we should not be afraid of China', speculating a sort of international division of work.

The People's Republic of China should not be seen as a threat but, on the contrary, as an opportunity for many Italian companies and, furthermore, some were already present in that market with encouraging results. In October 2005, the article "Dagli all'untore anzi... all'imprenditore" (literally "Expose the plague-spreader, or rather... the businessman", was

“

**IL MERCATO CINESE
NON SPAVENTA PIÙ
ANZI, VIENE VISTO SEMPRE
PIÙ COME UN'OPPORTUNITÀ**

”



- che ben si adattavano alla struttura della meccanica varia italiana, formata, in gran parte, da piccole e medie imprese.

“L'industria meccanica come fertilizzante dell'innovazione” veniva riportato a proposito di competitività e l'ex presidente Anima Enrico Massimo Carle ribadiva che anche la meccanica italiana aveva il suo “Made in Italy” e che era ancora molto forte la vocazione all'esportazione che, in certi casi, l'esempio era il comparto delle macchine per l'industria alimentare, arrivava a vendere all'estero il 90% della produzione. In generale, i dati sono del maggio 2009, la meccanica varia nazionale contribuiva in misura del 25% alle esportazioni, tanto che il Trade Performance Index - un indice elaborato da Onu e Wto - collocava l'Italia al secondo posto dopo la Germania nella speciale classifica mondiale dei paesi più performanti nel commercio con l'estero. Ai mercati che offrivano maggiori opportunità, l'Industria Meccanica dedicava particolare spazio.

Era il caso, per esempio, dei dossier sulla nuova Russia, sul Kazakistan e sull'America Latina, con particolare attenzione per l'Argentina. Sempre nel primo decennio 2000, il mensile avrebbe continuato a occuparsi di argomenti quali le risorse umane, di “web-economy” e di sicurezza. Nel novembre del 2001, per esempio, pub-

published, which tried to refute the common opinion that Italian industry suffered from Chinese competition because there was not enough innovation. In reality, there were other “thorns in the side”, not to mention that innovating also meant modifying and improving existing products. This concept also helped introduce another important topic of the moment: “Made in Italy”.

The challenge of internationalization involved three concepts - quality, flexibility and design - which were well suited to the Italian mechanical engineering industry, formed mainly by small and medium-sized businesses. The article “The mechanical engineering industry as a driving force of innovation” was published, which discussed competitiveness, and the former president of ANIMA Enrico Massimo Carle reiterated that even Italian mechanical engineering had its “Made in Italy” products and that the dedication to exporting was still strong and, in certain cases, (the example given was the machine sector for the food industry) sold 90% of its production abroad. In general - the data are from May 2009 - Italian mechanical engineering contri-

“

THE CHINESE MARKET
WAS NO LONGER
FRIGHTENING; IT
HAD BECOME AN
OPPORTUNITY

”



Thanks to @giovannalfieri.com photographer

blicava "Manager in affitto" che spiegava come la pratica del "temporary management", una sorta di "coach" per i familiari che ricoprivano responsabilità aziendali, si stesse diffondendo rapidamente anche nelle piccole e medie aziende italiane.

Nell'ottobre del 2003, dopo aver stabilito che per la ricerca di personale il "tam tam" era meglio di internet, si iniziava a parlare di mobbing nelle aziende. Interessante anche il contributo dedicato al consolidarsi della formazione a distanza e, nel 2007, quello sull'utilizzo dei test attitudinali per una valutazione del personale nelle prime fasi di selezione. Nei primi anni Duemila, non vi era dubbio che la "web-economy" viaggiasse in ritardo rispetto ad altri paesi nonostante la rete iniziasse ad avere un certo numero di utenti che, il più delle volte, si rivolgevano ai siti stranieri.

Numerosi gli articoli che sintetizzavano la situazione: da «Alla meccanica varia piace Internet, un po' meno l'E-Commerce» a "Business to business via internet" passando da "Come sbarcare sul web" e giungendo a "Un'anima web per Anima" in cui veniva presentato, nel luglio 2000, il portale della meccanica "Italianmec" con il contributo decisivo della Federazione.

Grande attenzione sul tema della sicurezza molto sentito in un paese come l'Italia in cui il numero degli incidenti sul lavoro era superiore alla media europea.

Tra i diversi contributi, da segnalare quello del giugno 2006 in cui si auspicava una nuova cultura della sicurezza per la quale occorre una maggiore preparazione, intesa come conoscenza delle norme e come formazione professionale, e una comunicazione che non trattasse l'incidente sul lavoro come un mero "fatto di cronaca" da cui non generava nessuna analisi sulle cause e sugli eventuali rimedi.

Nel 2005, intanto, anche la redazione de *L'Industria Meccanica* era stata trasferita

nella sede attuale milanese di via Scarsellini 13. Altre novità riguardavano la direzione che passava a Giuseppe Bonacina coadiuvato da Alessandro Durante nel ruolo di direttore editoriale.

Nel dicembre del 2008, inoltre, si registrava un nuovo cambio al vertice del periodico con l'arrivo del nuovo direttore generale di Anima Michele Schweinöster. Di lì a pochissimo, nel gennaio 2009, in primo piano appariva l'articolo "L'Industria meccanica compie 90 anni".

Come scriveva il direttore Bonacina nel suo articolo «Una bandiera del "Made in Italy", il periodico era stato nella sua lunga storia «testimone e motore delle trasformazioni della società industriale italiana e, in particolare, del grande sviluppo dell'industria meccanica».

buted some 25% to exports. As a result the Trade Performance Index - an index developed by the UN and WTO - positioned Italy in second place after Germany in the special global classification of the best performing countries trading with foreign businesses.

L'Industria Meccanica dedicated considerable space to markets that offered the most opportunities. This was the case, for example, with the reports on the new Russia, Kazakhstan and Latin America, with particular focus on Argentina. Again in the first decade of the 2000s, the magazine continued to discuss topics such as human resources, the digital economy and safety. In November 2001, for example, the article "Manager for rent" was published, which explained how the practice of "temporary management", a sort of "coach" for family members with corporate responsibilities, was spreading rapidly even among small and medium-sized Italian companies.

In October 2003, after having established that word of mouth was better than the Internet when looking for staff, the topic of harassment in the workplace began to be discussed.

An interesting article spoke of the establishment of distance learning and, in 2007, of the use of aptitude tests to evaluate personnel during the initial stages of selection. In the first few years of the 2000s, there was no doubt that the digital economy in Italy was behind compared to other countries in spite of the fact that the network had a fair few number of users who, more often than not, turned to foreign websites. Numerous articles summarized the situation, from 'The mechanical engineering industry likes the Internet,

but E-Commerce less' and "Business to business via the Internet" to "How to launch your business on the web" and "Un'anima web per Anima" (literally "A web soul for ANIMA"), which presented, in July 2000, the "Italianmec" mechanical engineering website, with the crucial contribution of the Federation. Much attention was paid to safety, a topic that was particularly important in Italy, which had a higher number of accidents in the workplace than the European average. Among the various articles published, the one published in June 2006 hoped for a new culture of safety that required greater preparation, meaning a knowledge of regulations and laws as well as professional training, and information that did not treat accidents in the workplace as mere "news items" that failed to look into the causes and find remedies. In 2005, the editorial office of L'Industria Meccanica was transferred to the current Milanese headquarters in Via Scarsellini 13. Other new developments concerned management, which passed from Giuseppe Bonacina, with the assistance of Editor-in-chief Alessandro Durante. In December 2008, there was a new change at the helm of the magazine with the arrival of the new ANIMA CEO Michele Schweinöster. Only a short time later, in January 2009, the article "L'Industria meccanica is 90 years old" appeared on the front page. As the editor Bonacina wrote in his article 'A symbol of "Made in Italy", the periodical throughout its long history had been 'a witness to and the driving force behind the transformation of the Italian industrial sector and, in particular, the wide-scale development of the mechanical engineering industry'.



Thanks to @giovannalfieri.com photographer

Poste Italiane Spa - Sped. in Abb. Post. D.L. 353/2003 (conv. in L. 27.02.2004, n° 46) art. 1, comma 1, DCB Milano

L'INDUSTRIA MECCANICA

644

gennaio/febbraio 2009
Fondata nel 1919



Pubblicazione mensile tecnico economica per gli atti dell'ANIMA

Federazione delle Associazioni Nazionali della Industria Meccanica Varia ed Affine

L'Industria Meccanica
ANNO 1 GENNAIO 1919 N. 1
Abbonamento annuo per l'Italia e Colonia L. 24.— Estero L. 30.—
Un numero separato L. 1.—
Libri presso l'Associazione Nazionale Industriali Meccanici in Milano - Via T. Grossi N. 2

SOMMARIO

Introduzione - *Giovanni Silvestri*: Note ECONOMICHE SOCIALI: La nostra situazione dopo la guerra. *Ang. M. Lombardi* - *Comitati* alla ricerca di Bologna, Ennio. **NOTE TECNICHE**: Alloggiati nei manufatti d'acciaio - *Controllo dell'Formatura* di un tornio portatile. *Ing. F. Fazio* - *Utensili* magnetici. **NOTE LEGALI**: Programma - *Interruzione delle commesse in guerra*. *Ang. Fazio* - *D.L. sul prezzo dei rottami* - *D.L. sull'abolizione di due tasse (Sottoscrizione di Stato - D.L. sulla conversione dell'ordine 1914 - D.L. su indennità sociali - Conoscenza circa la validità del D.L. 1887 in sub-fornitura - D.L. sul 10% per la conversione dei buoni del Tesoro - Conoscenza circa il prezzo dei rottami, convertiti a pronti presso dal 20 dicembre 1918 - Divieto dei materiali sottili.* **PRATIVE INDUSTRIALI**: Sulla abolizione del lavoro di notte di quei mestieri. *Ing. F. Zecchini*.

QUESTA RIVISTA È INVIATA GRATUITAMENTE A TUTTI GLI ENTI PUBBLICI CHE NE FANNO RICHIESTA

Egredi Consoci,

Programma? Manifesto? come modernamente alcuni vorrebbero si avesse a chiamare; davvero sono troppo magniloquenti queste parole per dare titolo alle poche righe che, più che necessità, è dovere per noi premettere a questo nostro bollettino.

La nostra Associazione, sorta all'inizio del 1914, per desiderio di alcuni pochi, e per bisogno di cose — ma soprattutto per la tenace volontà di un benemerito di tutta l'industria italiana al quale ci è caro inviare oggi da qui saluti ed auguri, il Marchese litore Ponti — la nostra Associazione — diciamo — fu allora creata da un ben piccolo nucleo di industriali; eravamo solamente in trentatré.

Però, la ragione d'essere del nostro Ente era così razionale, così sentita, che nel breve periodo intercorso da allora al 31 Dicembre scorso si salì a poco a poco fino ad oltrepassare i 600 associati, il che fa sì che la nostra Associazione sia in oggi la rappresentanza più numerosa di una delle grandi categorie di industriali italiani.

Importanti di si avvanza nostra sono le comunicazioni che frequentemente avviene siano da noi fatte ai nostri Soci, mentre d'altra parte malagevole riesce rinviare in assemblea sia perché poco volentieri, per una naturale ma deplorabile ritrosia di noi italiani, si accede ad inviti di codesto genere, sia perché avendo l'istituto carattere nazionale, molti risiedono fuori della sede.

Per questi motivi è sembrato assai migliore cosa fossero regolarizzate le frequenti comunicazioni epistolari delle quali fin qui ci servivamo, secondandole e rendendole periodiche.

Frontespizio del primo numero de "L'Industria Meccanica"



◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA 2009
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA 2009

L'INDUSTRIAMECCANICA

impresa. economia. politica. norme. export.

FONDATA NEL 1919

719

GENNAIO
MARZO
2019

MAGAZINE UFFICIALE
ANIMA CONFINDUSTRIA

INTERPRETAZIONI
CONTORTE BUTTANO
FUORI E POI RIPESCANO
LE SCAFFALATURE
AUTOPORTANTI
DA INDUSTRIA 4.0
IPER-
ANNODA-
MENTO
LA STORIA
(A LIETO FINE)
CHE HA FATTO
PASSARE NOTTI
INSONNI A TECNICI,
PERITI E AZIENDE

IN QUESTO NUMERO ANCHE:

- DIRETTIVA ROHS, NUOVE REGOLE
- IRAN E USA, L'EXPORT CHE NON TI ASPETTI
- ROBOT E NUOVI PROCESSI INDUSTRIALI

All'interno: Listino prezzi materiali di interesse per la meccanica
varia n.734 - Costo orario medio dell'operaio n.24 - Rilevazioni
statistiche prestazioni di personale gennaio 2019

CAPITOLO 12

*Un giornalismo e una nuova linea editoriale
per aiutare gli imprenditori a risolvere problemi
e migliorare il proprio business*



CHAPTER 12

*Journalism and a new editorial line to help entrepreneurs
resolve problems and improve their business*

L'INDUSTRIA MECCANICA 4.0

L'INDUSTRIA MECCANICA 4.0

“

**RITORNO AL PASSATO
L'INDUSTRIA MECCANICA
AMPLIA LA PLATEA E SI
RIVOLGE A TUTTO IL COMPARTO**

”

Le parole del direttore erano assolutamente condivisibili anche se, proprio in quegli anni, *L'Industria Meccanica* aveva iniziato a mostrare le “prime rughe”. In un mondo sempre più segnato dalla rapida evoluzione degli strumenti e del modo di comunicare e caratterizzato dalla maggiore facilità di accesso all'informazione, il ruolo della rivista appariva un po' svilito rispetto a un diverso passato. Nel 2012, era lo stesso consiglio direttivo di Anima Confindustria a decidere a favore di una trasformazione di quello che, negli ultimi due decenni, aveva finito per essere un classico house organ. L'obiettivo era quello di far diventare *L'Industria Meccanica* un magazine moderno, non solo al servizio degli associati ma di ogni imprenditore della meccanica italiana.

«Il ritorno da house organ a magazine - spiega Andrea Orlando, direttore generale di Anima - era sentito soprattutto come un'esigenza non più procrastinabile. Il mensile era stato, per tanti anni, il maggiore strumento di diffusione dell'attività associativa e un veicolo davvero notevole per fornire una ricca serie di informazioni utili alle aziende associate. Il dilagare di nuovi canali di comunicazione e soprattutto di internet aveva finito per trasformare la rivista in “una bella vetrina”, ma poco utilizzata».

Le imprese avevano adesso la possibilità di accedere direttamente a tutta una gamma d'informazioni tecnico-economiche e questo faceva perdere d'importanza a una certa parte del periodico. In pratica a partire dai primi mesi del 2012,

L'INDUSTRIA

impresa. economia. politica

NO

LA QUANTITÀ DIPENDE TECNOLOGIA

Meno carbonio
rinnovabili.
in Cina

All'interno: Listino

TRIAMECCANICA

a. norme. export.

FONDATA NEL 1919

713

GENNAIO
FEBBRAIO
2018

MAGAZINE UFFICIALE
ANIMA CONFINDUSTRIA

“

BACK TO THE PAST
INDUSTRIA MECCANICA
BUILDS UP ITS AUDIENCE
AND ADDRESSES THE
ENTIRE SECTOR

”

, NON È NEBBIA

QUALITÀ DELL'ARIA E DELLA VITA
DONO DA SCELTE SOSTENIBILI.
TECNOLOGIE EFFICIENTI POSSONO
INVERTIRE LA ROTTA.

one più
Anche

Materiali e alimenti:
una certificazione
per i Moca

Come
trattare
superfici in 3D

no prezzi materiali di interesse per la meccanica varia n.723 - Costo orario medio dell'operaio n. 24
Rilevazioni statistiche prestazioni di personale gennaio 2018

◀ COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA 2018
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA 2018

The words of the director were especially relevant even if, particularly during that time, L'Industria Meccanica had begun to show its "first wrinkles". In a world increasingly influenced by the rapid evolution of tools and methods of communication, and characterized by a greater ease of access to information, the role of the magazine appeared to be somewhat undervalued compared to the past. In 2012, the same managing board of ANIMA Confindustria decided to opt for a transformation of what, over the past two decades, had ended up becoming a classic house organ. The goal was to make L'Industria Meccanica a modern magazine, not just for members, but for every Italian mechanical engineering entrepreneur. 'The return from house organ to magazine,' explained Andrea Orlando, general director of ANIMA, 'was a need that could no longer be delayed.

For many years, the magazine had been the main tool for disclosing association activity and an extremely important vehicle for delivering valuable information to member companies. The spread of new communication channels and, in particular, the Internet had turned the magazine into a "a beautiful but little used showcase". Companies now had the opportunity to directly access a range of technical and economic information and this resulted in a certain part of the periodical losing



▲ COPERTINE / L'INDUSTRIA MECCANICA 2013-2018
COVERS / L'INDUSTRIA MECCANICA 2013-2018

s'iniziava a ripensare la pubblicazione e il primo atto, all'inizio dell'estate, era il passaggio dal mensile al bimestrale.

Il numero di settembre/ottobre 2013, con la gestione redazionale di Carlo Fumagalli, in seguito direttore editoriale, segnava l'avvio del nuovo corso.

L'Industria Meccanica si trasformava in uno strumento di navigazione e approfondimento che potesse essere un effettivo e utile compendio alla selezione della moltitudine di informazioni che gli imprenditori si trovavano improvvisamente ad avere o, in molti casi, a subire.

Un supporto periodico, che può essere definito uno *slow reading* in grado di far scattare nel lettore collegamenti e interazioni tra argomenti e fatti accaduti nelle settimane precedenti.

In altre parole, «non si voleva più solo raccontare "di noi", di quello che l'universo Anima faceva» sottolinea il direttore responsabile Alessandro Durante, «ma si voleva parlare del mondo a cui le nostre imprese appartenevano».

Il presidente Anima, Sandro Bonomi, scriveva a tale proposito: «Questa rivista è fatta per chi getta il cuore oltre l'ostacolo ogni giorno, e ogni giorno si rimbecca le maniche e riparte... questa è la nostra rivista, la rivista che fa per noi. È la nostra voce». E la stessa redazione aggiungeva poco dopo: «Ci siamo impegnati molto per trasformare una testata con 94 anni di storia in uno strumento di condivisione di contenuti, idee, stimoli al passo con le esigenze degli imprenditori e dei manager di oggi». Tanto che la rivista veniva integrata quotidianamente grazie alla testata on-line *industriameccanica.it* inaugurata nel 2010.

Il rilancio veniva seguito da un profondo restyling che restituiva una rivista molto

importance. In practice, from early 2012, a rethink of the publication was necessary, and at the beginning of summer, the first action was to change the magazine from a monthly to a twice-monthly publication. The September/October 2013 issue, under the editorial management of Carlo Fumagalli, who would later become editorial director, marked the launch of the new direction.

L'Industria Meccanica was transformed into a tool for navigation and analysis that could be used as an effective way for businessmen to differentiate from among the multitude of information they suddenly found in their possession or, in many cases, had to deal with: a periodical support, which could be described as in-depth journalism able to initiate within the reader connections and interactions between topics and events that occurred in previous weeks. In other words, "we didn't only want to talk "about us" and what the ANIMA world was doing", underlined the managing director Alessandro Durante, "but about the world to which our businesses belong."

The ANIMA president, Sandro Bonomi, wrote in this regard: "This magazine was created for everyone who takes their courage in both hands, rolls up their sleeves every day and takes the plunge... this is our magazine, the magazine that is right for us. It is our voice." The editorial office itself added later "We are extremely committed to transforming a magazine with a 94-year history into a tool for sharing content, ideas and inspiration from the past with today's businessmen and managers."

distinguibile nel mercato della stampa tecnica e una nuova organizzazione degli argomenti.

Dopo alcuni numeri monografici (con una versione anche in Inglese), veniva deciso di dare a *L'Industria Meccanica* un'impostazione più varia in modo che ogni lettore vi potesse trovare un contributo interessante. Nel frattempo iniziava a prendere corpo una linea editoriale che mira a un approccio sempre più pratico con il lettore: aiutare le imprese della meccanica a risolvere problematiche o conoscere soluzioni per migliorare il proprio business.

Sul finire del 2016, il numero veniva introdotto da "Idee e soluzioni per la meccanica", articolo di fondo in cui veniva ribadita la struttura della rivista.

La redazione scriveva che si era immaginata un magazine che parlasse anche «di soluzioni per la meccanica attraverso l'analisi, numero per numero, di un tema legato alle macro-aree più importanti per l'industria di oggi attraverso gli approfondimenti degli autori e degli esperti del settore». In ogni edizione, infatti, vengono da allora pubblicati focus, interviste e approfondimenti su cinque temi trasversali alle attività delle imprese: automazione e produzione, export e mercati, efficienza e energia, logistica e movimentazione, sicurezza e ambiente.

L'identificazione del lettore in situazioni, argomenti, temi che costituissero parte integrante della propria attività quotidiana diventa l'ossatura attorno alla quale il magazine prende forma e si dipana.

As a result articles were added on a daily basis thanks to the online magazine industriameccanica.it, which was inaugurated in 2010.

*The relaunch was followed by a complete redesign, which made the magazine easy to identify within the technical press market and resulted in the reorganization of the various topics. After several issues were published on single topic (with a version also in English), it was decided to give *L'Industria Meccanica* a more varied layout so that each reader could find something of interest.*

In the meantime, an editorial line was adopted that embraced a more practical approach with the reader: to help mechanical engineering firms solve problems or find solutions to improve their business.

At the end of 2016, the issue was introduced by "Ideas and solutions for the mechanical engineering industry", which explained the structure of the magazine. The editorial office stated that they wanted a magazine that also spoke of 'solutions for the mechanical engineering industry through the analysis, issue by issue, of one topic that concerned the most important macro-areas for today's industry with in-depth articles from specialist authors and experts.' In each edition, exhaustive features, interviews and in-depth analyses on five topics that covered the activities of all firms were published:



In questo modo i temi dell'attualità economico-politica vengono rielaborati sulla base delle esigenze del lettore.

Viene dato così spazio ai grandi cambiamenti geopolitici: dalla "guerra" del petrolio, le sanzioni russe, la riapertura/chiusura del mercato iraniano, fino alla Brexit.

O al tema della transizione energetica. Fino ad accompagnare le imprese in un lungo lavoro di informazione legato alla rivoluzione di Industria 4.0, che permette di trasformare la produzione industriale attraverso processi di digitalizzazione. Negli ultimi anni la rivista assume un ruolo unico nel suo genere acquisendo visibilità, accreditamento e apprezzamenti a tutto tondo, dal mondo delle istituzioni agli imprenditori.

Il nuovo sito online - lanciato a ottobre del 2019 in occasione della celebrazione del centenario della testata - restituisce e accresce ancora di più il tanto sapere che permea l'industria meccanica italiana con l'importante aggiunta di elementi chiave per comprendere il nostro tempo grazie a nuovi format editoriali e video che compongono un nuovo mondo de *L'Industria Meccanica* dopo 100 anni.



▲ ASSEMBLEA ANIMA 2014 / GIORGIO SQUINZI, PRESIDENTE CONFINDUSTRIA INTERVISTATO DALLA STAMPA NAZIONALE E DALLE TESTATE TECNICHE
ANIMA GENERAL MEETING 2014 / GIORGIO SQUINZI, PRESIDENT CONFINDUSTRIA INTERVIEWED BY THE NATIONAL PRESS AND BY TECHNICAL NEWSPAPERS

COPERTINA / L'INDUSTRIA MECCANICA 2019
COVER / L'INDUSTRIA MECCANICA 2019



automation and production, export and markets, efficiency and energy, logistics and handling, safety and the environment.

The identification of the reader in situations, subjects and topics that form part of their daily activities became the backbone around which the magazine developed and became established.

In this way, issues concerning current economic and political matters were reworked according to readers' needs. Space was given to significant geopolitical changes: the oil "wars", Russian sanctions, the reopening/closing of the Iranian market and Brexit, or the topic of energy transition; as well as assisting firms by providing extensive information on the fourth Industrial Revolution - Industry 4.0, by which industrial production can be transformed through digitalization processes.

Over the past few years, the magazine has played a unique role, achieving visibility, validation and approval from the world of institutions and businessmen.

*The new online website - launched in October 2019 to mark the magazine's centennial celebration - rebuilds and further increases the great knowledge that permeates the Italian mechanical engineering industry, adding key elements for understanding our times by using the new editorial formats and videos that comprise a new world of *L'Industria Meccanica* after 100 years.*

LE AZIENDE PREMIUM

La presentazione in infografica delle aziende che hanno aderito al progetto dell'Atlante dell'Industria Meccanica



THE PREMIUM COMPANIES

The infographics presentation of the companies who have adhered to the Industria Meccanica Directory project.



THE ITALIAN FEDERATION OF MECHANICAL AND ENGINEERING INDUSTRY, SINCE 1914

SECTOR STATISTICS

221,000
employees

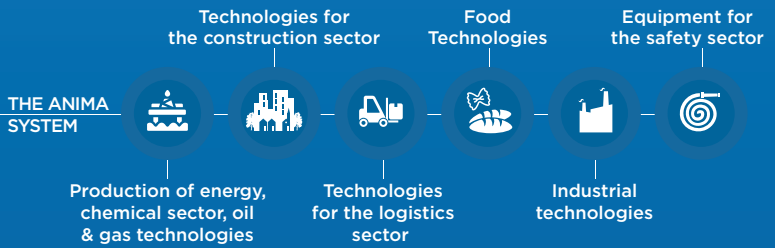
Turnover of
48.7 billion
euros

58.3%
exported

ANIMA STATISTICS

trade associations **30**
associations and product groups included **60**

1.000
associated companies



5 GOOD REASONS TO JOIN

- 1 Work as part of a system
- 2 Promote your product
- 3 Contribute to writing the rules for tomorrow's market
- 4 Have access to information fundamental to your business
- 5 Make use of services and consultancy developed especially for mechanical engineering companies

A SINGLE MISSION: TO PROTECT THE INTERESTS OF THE MECHANICAL ENGINEERING INDUSTRY

THE OFFICIAL MAGAZINE



HUB Editoriale



Founded in 1919, it is one of the longest-running technical magazines in Italy

CURIOUS FACT

In 1919, the subscription for Italy and its colonies was 24 lire per year



Source: Anima Economics Department - Final balance 2018



DAL 1914 L'ORGANIZZAZIONE DI CATEGORIA CHE RAPPRESENTA LE AZIENDE DELLA MECCANICA

I NUMERI DEL SETTORE

221.000
addetti

48,7 miliardi
di euro di fatturato

58,3%
la quota export

I NUMERI DI ANIMA

associazioni di categoria **30**

1.000
aziende associate

associazioni e gruppi merceologici inclusi **60**

IL SISTEMA ANIMA



5 BUONI MOTIVI PER ASSOCIARSI

1

Fare sistema

2

Promuovere il proprio prodotto

3

Contribuire a scrivere le regole del mercato di domani

4

Accedere a informazioni fondamentali per il proprio business

5

Usufruire di servizi e consulenze pensati per le aziende della meccanica

UN'UNICA MISSIONE: TUTELARE GLI INTERESSI DELL'INDUSTRIA MECCANICA

LA RIVISTA UFFICIALE



CURIOSITÀ

Nel 1919 l'abbonamento per l'Italia e le colonie era di 24 lire annue



Nata nel 1919, è una delle più longeve riviste tecniche d'Italia

HUB Editoriale

Fonte dati: Ufficio Studi Anima - consuntivo 2018



ITA - ITALIAN TRADE AGENCY



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

ABOUT US

ITA - Italian Trade Agency is the Governmental agency that supports the business development of our companies abroad and promotes the attraction of foreign investment in Italy

THE MAP OF ITA OFFICES WORLDWIDE



THE SECTORS

- Aerospace
- Agri-food
- Environment
- Furniture & Handicrafts
- Audiovisual
- Automotive
- Biotechnologies
- Chemical and Pharmaceutical
- Contract
- Publishing
- Electronics, Electrical engineering and ICT
- GDO (organised large-scale distribution) and E-commerce
- Infrastructures and works
- Logistics
- Mechanics and Metals
- Nanotechnologies
- Nautical
- Partnership
- Private Label
- Fashion System and Person
- Musical instruments and discography

THE TOP MANAGEMENT OF ITA

- Chairman
CARLO FERRO
- General Manager
ROBERTO LUONGO

OUR MISSION

ITA supports the internationalisation of Italian companies and the development of Made in Italy

ITA services to:

FIND YOUR WAY

ACCESS

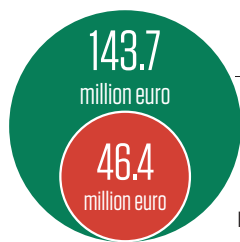
TAKE ROOT

Discover markets, sectors and opportunities for the companies

Enter new markets to promote business

Consolidate relations and presence overseas

SOME FIGURES



The overall amount invested by ITA
+16.26% compared to 2017

Invested for promotion of the agri-food sector
32.3% of the total spent

TOTAL EXPENDITURE BY GEOGRAPHICAL AREA

(first three areas, in euros)

1st	2nd	3rd
NORTH AMERICA	ASIA	EUROPE
37,275,059	30,171,488	23,351,453
25.9%	21%	16.3%

EXPENDITURE BY TYPE OF INITIATIVE

10.1%

Other (investigations, studies, web sites, seminars, conventions, business missions, etc.)

5.8%

Training (includes roadshows for the Pmi)

11.7%

Support actions for digital economy (including e-commerce)

47.6%

Exhibition events (exhibitions, fairs, institutional presences)

34.4%

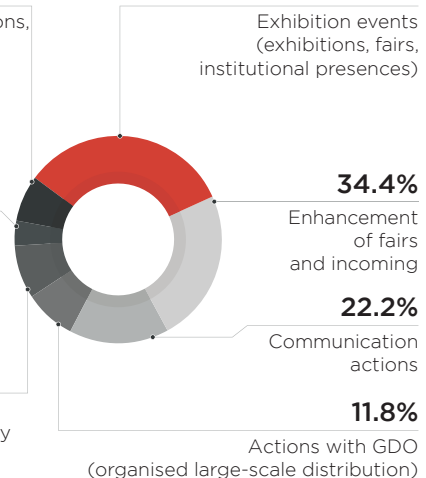
Enhancement of fairs and incoming

22.2%

Communication actions

11.8%

Actions with GDO (organised large-scale distribution)



Contacts
ITA

via Liszt, 21
00144 - Rome

800 98 98 00
from Monday to Friday:
10.00/12.30

urp@ice.it

06-59921
switchboard

FOLLOW US ON



www.ice.it

CHI SIAMO

L'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane è l'organismo attraverso cui il Governo favorisce il consolidamento e lo sviluppo economico-commerciale delle nostre imprese sui mercati esteri

LA MAPPA DEGLI UFFICI ICE NEL MONDO



I SETTORI

- Aerospazio
- Agroalimentare
- Ambiente
- Arredamento & Artigianato
- Audiovisivo
- Automotive
- Biotecnologie
- Chimica e Farmaceutica
- Contract
- Editoria
- Elettronica, Elettrotecnica e ICT
- GDO e Ecommerce
- Infrastrutture e Lavori
- Logistica
- Meccanica e Metalli
- Nanotecnologie
- Nautica
- Partenariato
- Private Label
- Sistema moda e persona
- Strumenti musicali e discografia

I VERTICI DELL'ICE

- Presidente
CARLO FERRO
- Direttore Generale
ROBERTO LUONGO

LA MISSION

L'ICE sostiene l'internazionalizzazione delle imprese italiane e supporta lo sviluppo del Made in Italy

I servizi dell'Ice per:

ORIENTARSI

ACCEDERE

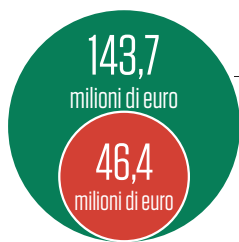
RADICARSI

Scoprire mercati, settori e opportunità per le imprese

Entrare in nuovi mercati per favorire lo sviluppo

Consolidare relazioni e presenza all'estero

UN PO' DI NUMERI



La cifra complessiva investita da ICE
+16,26% rispetto al 2017

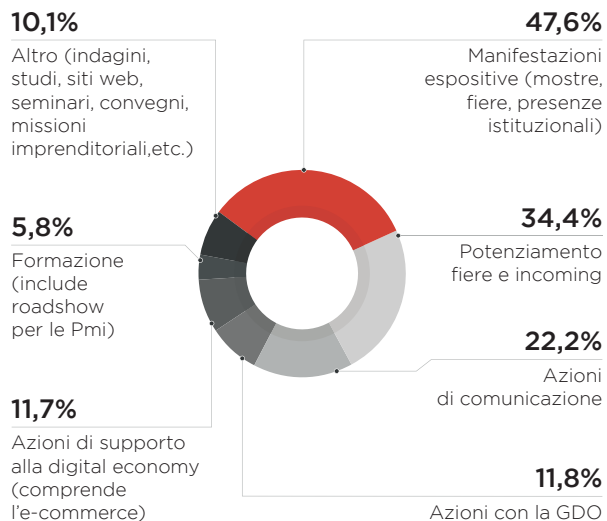
Investiti per la promozione del settore agro-alimentare
32,3% del totale speso

LA RIPARTIZIONE DELLA SPESA TOTALE

PER AREE GEOGRAFICHE (primi tre posti, dati in euro)

1°	2°	3°
NORD AMERICA	ASIA	EUROPA
37.275.059	30.171.488	23.351.453
25,9%	21%	16,3%

LA RIPARTIZIONE DELLA SPESA PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA



Contatti
ICE

via Liszt, 21
00144 - Roma

800 98 98 00
da lunedì a venerdì:
10.00/12.30

urp@ice.it

06-59921
centralino

SEGUICI SU



www.ice.it



HYDRONIC AIR CONDITIONING SYSTEM SPECIALISTS



AERMEC, which manufactures and sells air conditioning machines, is a leader company in the hydronic air conditioning system equipment field



FANCOILS

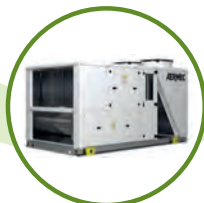
200,000 pieces/year produced for a turnover of **43 MILLION EURO**

PRODUCTION



CHILLERS AND HEAT PUMPS FROM 4 KW TO 2000 KW

13,500 pieces/year produced for a turnover of **126 MILLION EURO**



AIR HANDLING UNITS, ROOF TOP, ROOM AIR CONDITIONERS, REMOTE CONDENSERS AND DRY-COOLERS

Projections at year end 2019

TURNOVER



EMPLOYEES



HISTORY

- 1961**
Year of establishment
- 1963**
The Aermec brand name is founded with a distribution network in Italy and overseas
- 1972**
Aermec introduces the first air conditioner in two sections onto the market
- 2003**
Aermec enters the North American market
- 2004**
Robotics are used to manufacture the fancoils
- 2015**
Europe's largest test chamber is inaugurated, able to test units of up to 2 MW power
- 2017-2018**
Prestigious awards are won, among which the very important Innovation Award in U.S.A. and the "RAC Cooling Industry Awards 2018" and "National ACR & Heat pumps Awards 2019" in U.K.

INTERNATIONALISATION OF THE MARKET



INNOVATION, RESEARCH AND DEVELOPMENT

1 TEST CHAMBER in the European top 3 for size

- Tests on machines up to **2000 kW**
- Eurovent certification test for machines up to **1500 kW**
- AHRI** test

8 CALORIMETRIC CHAMBERS

that operate at temperatures from **-15°C** to **+55°C**

1 SEMI-ANECHOIC CHAMBER

1 RADIANT CHAMBER with **128** room probes

Contacts

AERMEC S.p.a.



Via Roma, 996
37040 Bevilacqua (VR)



marketing@aermec.com



+39 0442 633 111
switchboard

FOLLOW US ON



<https://global.aermec.com/it/>

SPECIALISTI DEGLI IMPIANTI IDRONICI DI CLIMATIZZAZIONE



AERMEC, che produce e commercializza macchine per il condizionamento, è un'azienda leader nell'ambito delle apparecchiature al servizio degli impianti idronici di climatizzazione



VENTILCONVETTORI

prodotti in **200.000 pezzi/anno**
per un fatturato di
43 MILIONI DI EURO

LA PRODUZIONE



REFRIGERATORI E POMPE DI CALORE DA 4 KW A 2000 KW

prodotti in **13.500 pezzi/anno**
per un fatturato di
126 MILIONI DI EURO



UNITÀ DI TRATTAMENTO ARIA, ROOF TOP, CONDIZIONATORI D'AMBIENTE, CONDENSATORI REMOTI E DRY-COOLERS

Proiezioni a fine anno 2019

IL FATTURATO



Valori in milioni l'anno

+62,5%
in 5 anni

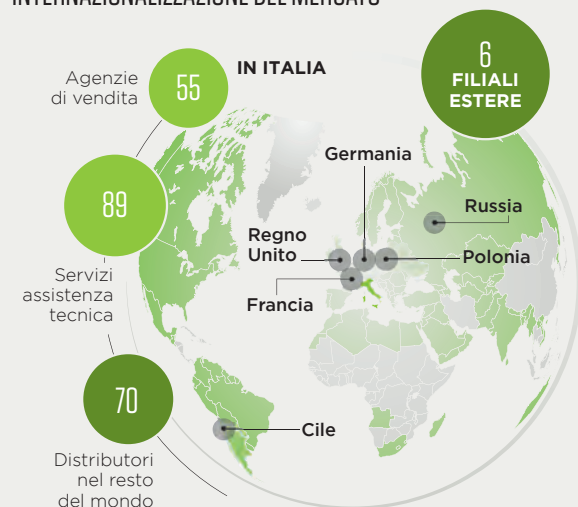
DIPENDENTI



LA STORIA

- 1961**
Anno della fondazione
- 1963**
Nasce il marchio Aermec con una rete di distribuzione in Italia e all'estero
- 1972**
Aermec introduce sul mercato il primo condizionatore a due sezioni
- 2003**
Ingresso di Aermec nel mercato Nord Americano
- 2004**
Viene avviata la linea robotizzata per la produzione dei ventilconvettori
- 2015**
Inaugurata la camera di collaudo più grande d'Europa, in grado di testare unità fino a 2 MW di potenza
- 2017-2018**
Vittoria di prestigiosi premi tra cui l'importantissimo Innovation Award in U.S.A. e i premi "RAC Cooling Industry Awards 2018" e "National ACR & Heat pumps Awards 2019" in U.K.

INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL MERCATO



INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO

1 CAMERA di prova nella top 3 europea per grandezza

- Test macchine fino a **2000 kW**
- Test di certificazione Eurovent per macchine fino a **1500 kW**
- Test **AHRI**

8 CAMERE calorimetriche

che operano a temperature che vanno da **-15° C** a **+55° C**

1 CAMERA semi-anecoica

1 CAMERA radiante
con **128** sonde ambiente

Contatti
AERMEC S.p.a.

Via Roma, 996
37040 Bevilacqua (VR)

marketing@aermec.com

+39 0442 633 111
centralino

SEGUICI SU

<https://global.aermec.com/it/>



SPECIALISTS IN THE FASTENERS SECTOR SINCE 1919



OUR NUMBERS

77 MILLION
euro turnover
2018

45 THOUSAND
articles in stock

130 THOUSAND
articles
/year handled

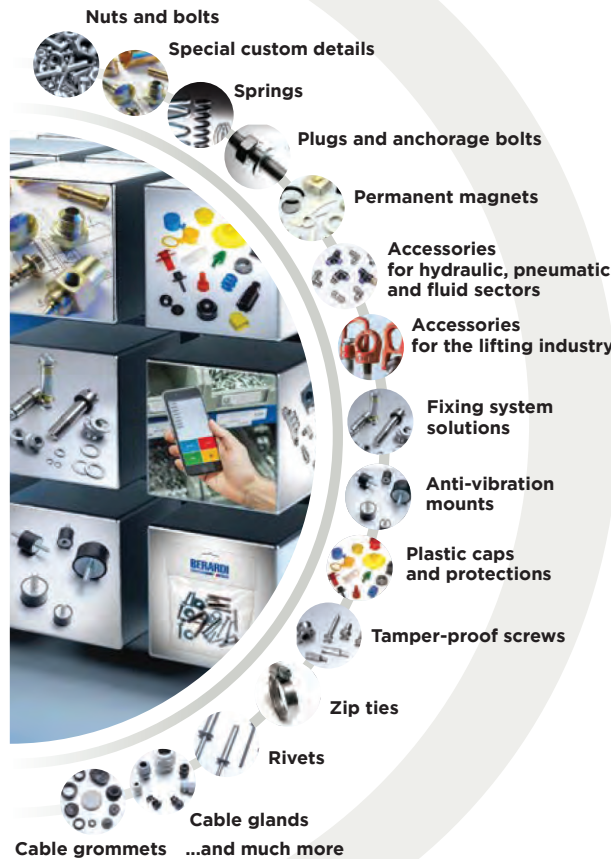
267
employees

80
salesmen/women

13
branches

+8,000
customers

STAR PRODUCTS



Nuts and bolts

Special custom details

Springs

Plugs and anchorage bolts

Permanent magnets

Accessories
for hydraulic, pneumatic
and fluid sectors

Accessories
for the lifting industry

Fixing system
solutions

Anti-vibration
mounts

Plastic caps
and protections

Tamper-proof screws

Zip ties

Rivets

Cable glands

Cable grommets ...and much more

HISTORY

- 1919**
The Berardi family opens a small hardware shop near to Piazza Maggiore in Bologna
- The 1950's-60's**
With the economic boom, the business develops with its own sales network and an equipped warehouse
- 1997**
The first deposit opens in Reggio Emilia
- 2006**
Gruppo Berardi Bullonerie is established, with the acquisition of Vibolt and Vitman
- 2010**
The expansion of the product range continues and the partnership with the American multinational Lee Spring becomes stronger
- 2017**
Berardi moves to the new office in Castel Guelfo (BO); the management centre with 1,500 m² of office space and a warehouse measuring approx. 9,000 m²
- 2018**
Berardi continues the expansion of the range of articles, investing in a new project, Extracomponents
- 2019**
The company celebrates its centenary under the guide of the fourth generation of the Berardi family; with the fifth generation on its way

INTERNATIONALISATION

Branches in Italy

- Milan
- Treviso
- Padua
- Brescia
- Anzola Emilia
- Reggio Emilia
- Rimini
- Pistoia
- Frosinone
- Ancona
- Caserta
- Bari

Italian affiliates

- VIBOLT
- VITMAN
- VIBF FASTENERS

Foreign branch

Croatia

- Berardi Group Company - **BERARDI MAROC** (Casablanca, Morocco)

The markets

- Slovenia
- Croazia
- Albania
- Hungary
- Poland
- Romania
- Greece
- Morocco
- Spain
- Portugal
- Macedonia
- Bulgaria
- Tunisia
- Ivory Coast

LEAN SUPPLIES

- Customised integrated logistic
- **Lean Services**
- **Kanban e Kanban Up**
- **Objective:** to support partners with a constant and measured supply



PROJECTS

S-BBK 4.0 is the new Logistics Service based on capacitive sensors, which detects the remaining stock in the container and automatically sends the replenishing order

EasySelf-24
Automatic distributors for Industry 4.0, for management of PPE, manual tools, electric tools, various consumables



Tag RFID
Applied onto the Kanban container to reduce scanning operations to a minimum when ordering the material



Contacts
BERARDI
BULLONERIE S.r.l.

Head Office
Via San Carlo, 1.
Loc. Poggio Piccolo 40023
Castel Guelfo (Bologna)

info@gberardi.com

+39 0542 671911
Telephone

FOLLOW US ON

www.gberardi.com



I NOSTRI NUMERI

77 MLN
di euro
di fatturato 2018

45 MILA
articoli in stock

130 MILA
articoli
/anno gestiti

267
dipendenti

80
venditori

13
filiali

+8.000
clienti

PRODOTTI DI PUNTA



LA STORIA

- 1919**
La famiglia Berardi apre una ferramenta a Bologna, vicino a piazza Maggiore
- Anni '50-'60**
Con il boom economico il business si sviluppa con una propria rete vendita e un magazzino attrezzato
- 1997**
Aprire il primo deposito a Reggio Emilia
- 2006**
Nasce il Gruppo Berardi Bullonerie, con l'acquisizione di Vibolt e Vitman
- 2010**
Prosegue l'ampliamento della gamma prodotti e viene stretta la partnership con la multinazionale americana Lee Spring
- 2017**
Berardi si trasferisce nella nuova sede a Castel Guelfo (BO), centro di gestione con 1.500 m² di uffici e un magazzino di circa 9.000 m²
- 2018**
Berardi continua l'allargamento della gamma di articoli investendo su un nuovo progetto, l'Extracomponents
- 2019**
L'azienda festeggia il centenario, sotto la guida della quarta generazione della famiglia Berardi, con la quinta in arrivo

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Filiali in Italia

- Milano
- Treviso
- Padova
- Brescia
- Anzola Emilia
- Reggio Emilia
- Rimini
- Pistoia
- Frosinone
- Ancona
- Caserta
- Bari

Consociate in Italia
● VIBOLT ● VITMAN ● VIBF FASTENERS

Filiale estera
Croazia

- Berardi Group Company - **BERARDI MAROC** (Casablanca, Marocco) Consociata estera

I mercati

Slovenia	Marocco
Croazia	Spagna
Albania	Portogallo
Ungheria	Macedonia
Polonia	Bulgaria
Romania	Tunisia
Grecia	Costa d'Avorio

FORNITURA LEAN

- **Servizi Lean** customizzati di logistica integrata
- **Kanban e Kanban Up**
- **Obiettivo:** sostenere le imprese partner con un rifornimento costante e misurato



PROGETTI

S-BBK 4.0
è il nuovo Servizio logistico basato su sensori capacitivi, che rileva la giacenza residua sul contenitore ed invia automaticamente l'ordine di rifornimento

EasySelf-24
distributori automatici per Industria 4.0, per la gestione di DPI, utensileria manuale, utensileria elettrica, materiali vari di consumo

Tag RFID
applicati sul contenitore Kanban, per ridurre al minimo le operazioni di lettura da compiere per ordinare il materiale

Contatti
BERARDI
BULLONERIE S.r.l.

Sede centrale
Via San Carlo, 1.
Loc. Poggio Piccolo 40023
Castel Guelfo (Bologna)

info@gberardi.com

+39 0542 671911
Telefono

SEGUICI SU

www.gberardi.com

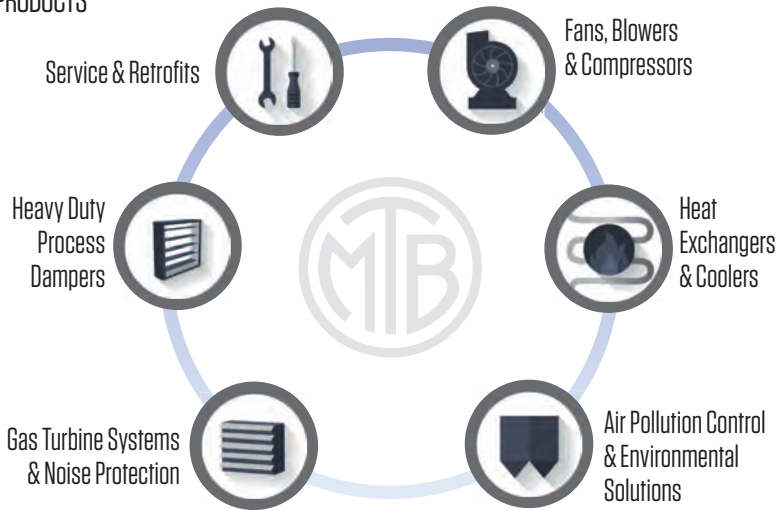


ENGINEERING, MANUFACTURING & SERVICE FIRM WITH OVER 100 YEARS OF EXPERIENCE



Boldrocchi is a world-renowned engineering, manufacturing & service firm with over 100 years of experience. Since its inception in **1909**, Boldrocchi offered a wide-ranging portfolio of integrated solutions to the heavy industry, petrochemical and power generation sectors.

OUR PRODUCTS



OUR FIGURES

110 years of history

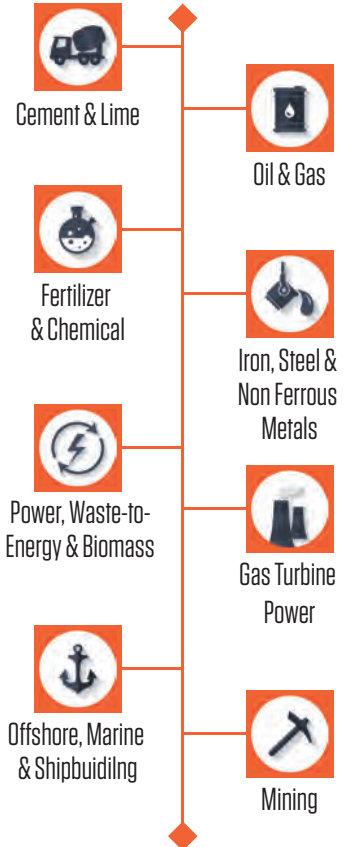
89,000 orders filled to date



140 countries have our products

8 countries have our offices

OUR INDUSTRIES



THE LARGEST FANS AND BLOWERS TEST FACILITY IN EUROPE & USA



“Continuous research and development is the only way to remain successful”

Massimo Boldrocchi, President

Contacts
Boldrocchi Group

viale Trento e Trieste 93
20853 Biassono (MB)

boldrocchi@boldrocchi.eu

+39 039 2202.1
Telephone

FOLLOW US www.boldrocchigroup.com

SOCIETÀ DI INGEGNERIA, PRODUZIONE E SERVIZI, CHE VANTA OLTRE 100 ANNI DI ESPERIENZA



Boldrocchi è una società di ingegneria, produzione e servizi di fama mondiale, che vanta oltre 100 anni di esperienza. Dal 1909, anno di fondazione, Boldrocchi offre un ampio portafoglio di soluzioni integrate per i settori dell'industria pesante, della petrolchimica e della produzione di energia elettrica.

I NOSTRI PRODOTTI



I NOSTRI NUMERI



110 anni di storia



89.000 ordini acquisiti sino ad oggi



140 paesi in cui esportiamo



8 paesi in cui sono presenti i nostri uffici

SETTORI INDUSTRIALI



IL PIÙ GRANDE IMPIANTO DI COLLAUDO PER VENTILATORI E SOFFIANTI IN EUROPA E STATI UNITI



“Ricerca e sviluppo continui sono l'unica strategia per mantenere il successo”

Massimo Boldrocchi, Presidente

Contatti
Boldrocchi Group



viale Trento e Trieste 93
20853 Biassono (MB)



boldrocchi@boldrocchi.eu



+39 039 2202.1
Telefono

SEGUICI www.boldrocchigroup.com

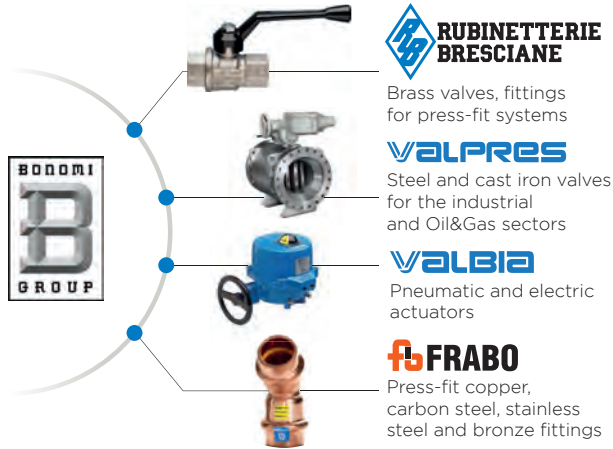


SPECIALISTS IN THE PRODUCTION OF COMPONENTS

SUITABLE FOR THE PASSAGE OF FLUIDS



Rubinetterie Bresciane is part of the Bonomi Group, a leader in the industrial plumbing and heating sector for the production of components for adjustment of the passage of liquid and gaseous fluids



100% made in Italy with patented solutions

REFERENCE MARKETS

- Plumbing and heating
- Oil&Gas
- Industrial
- OEM
- Naval

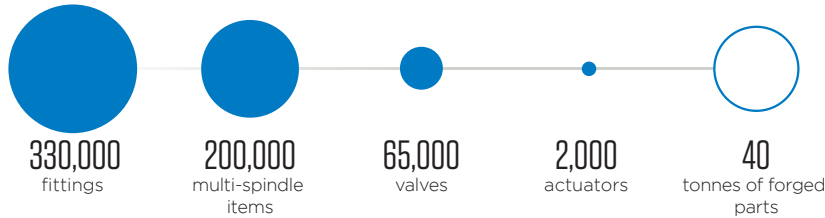
HISTORY

- 1901** Rubinetterie Bresciane-Lumezzane was founded as a valves manufacturer, initially specialising in the wine sector
- 1967** Rubinetterie Bresciane was the first producer to make 2 piece ball valves
- 1978** Valpres-Marcheno was founded
- 1995** Valbia-Brozzo was founded
- 2014** The new Rubinetterie Bresciane establishment in Gussago obtained class A certification: it is the first green company in Lombardy
- 2019** Bonomi Group acquires Frabo
- TODAY** Bonomi Group's mission is based on the synergy of an integrated group, which makes passion the essential element of their job

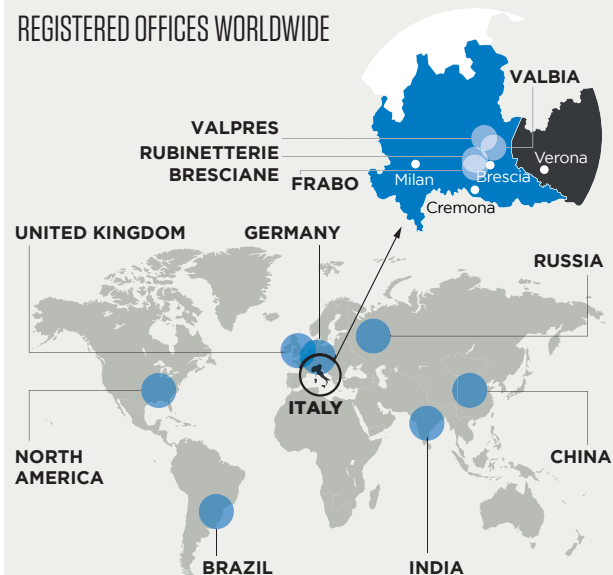
OUR NUMBERS

170 million € Bonomi Group 2018 turnover	500 employees in Italy	4 production units	220,000 mq state-of-the-art manufacturing centres
--	----------------------------------	------------------------------	---

AVERAGE DAILY PRODUCTION



REGISTERED OFFICES WORLDWIDE



SUSTAINABILITY & CERTIFICATIONS

CLASS A

- 1 MW produced by 4,872 photovoltaic panels **ISO 9001** which certifies the production standard
- Geothermal plant for heating and cooling **ISO 14001** environmental management system
- Products with low environmental impact used in the production processes **OHSAS 18001** for occupational health and safety management system
- Structural materials 100% recyclable **ISO 50001** energy management system

Contacts

Rubinetterie Bresciane S.p.A.
Bonomi Group

via Massimo Bonomi 1
25064 Gussago (BS)

rb@bonomi.it

+39 030.82.50.011
switchboard

FOLLOW US ON

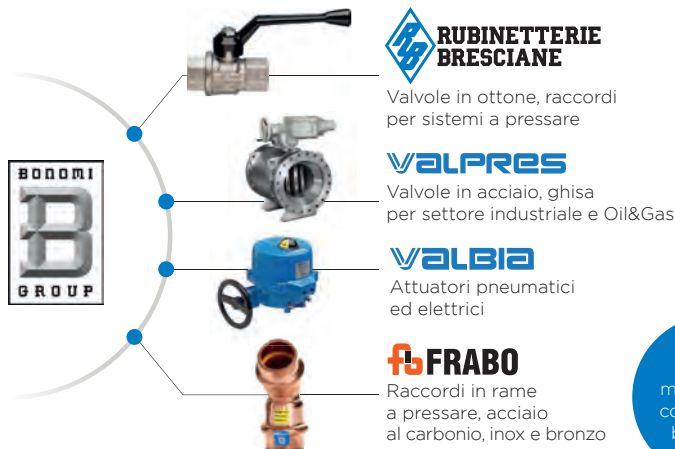
www.rubinetteriebresciane.it

SPECIALISTI NELLA PRODUZIONE DI COMPONENTI

PER LA REGOLAZIONE DEL PASSAGGIO DEI FLUIDI



Rubinetterie Bresciane fa parte del Bonomi Group, leader nel settore industriale dell'idraulica e del riscaldamento per la produzione di componenti per la regolazione del passaggio dei fluidi liquidi e gassosi



I MERCATI DI RIFERIMENTO



LA STORIA

- 1901**
Nasce Rubinetterie Bresciane-Lumezzane come produttore di valvole, inizialmente specializzato nel settore enologico
- 1967**
Rubinetterie Bresciane è il primo produttore a realizzare valvole a sfera in due pezzi
- 1978**
Nasce Valpres-Marcheno
- 1995**
Nasce Valbia-Brozzo
- 2014**
Il nuovo stabilimento di Rubinetterie Bresciane a Gussago ottiene la certificazione in classe A: è la prima green company lombarda
- 2019**
Bonomi Group acquisisce Frabo
- OGGI**
La mission di Bonomi Group è basata sulla sinergia di un gruppo integrato, che fa della passione l'elemento essenziale del proprio lavoro

100%
made in Italy
con soluzioni brevettate

I NOSTRI NUMERI

170 milioni €
fatturato 2018
Bonomi Group

500
dipendenti
in Italia

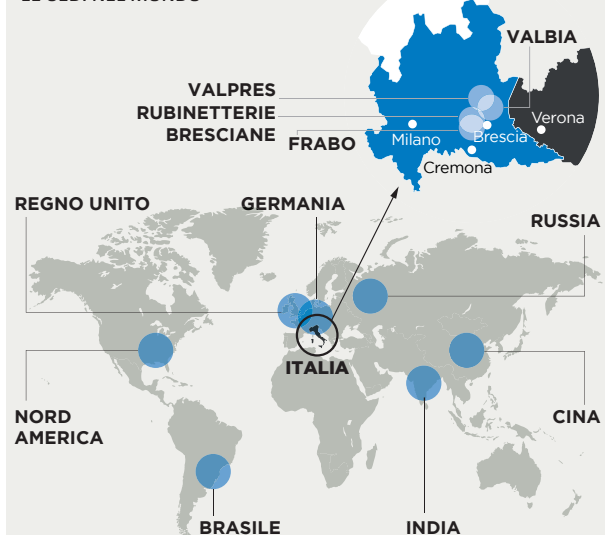
4
unità
produttive

220.000 mq
i nuovi poli produttivi
all'avanguardia

PRODUZIONE GIORNALIERA MEDIA



LE SEDI NEL MONDO



SOSTENIBILITÀ & CERTIFICAZIONI

CLASSE A

1 MW prodotto da 4.872 pannelli fotovoltaici



Impianto geotermico per riscaldamento e raffrescamento



Prodotti a basso impatto ambientale utilizzati nei processi produttivi



Materiali strutturali 100% riciclabili



ISO 9001
che certifica lo standard di prodotto

ISO 14001
sistema di gestione ambientale

OHSAS 18001
per la salute e la sicurezza dei lavoratori

ISO 50001
sistema di gestione dell'energia

Contatti

Rubinetterie Bresciane S.p.A.
Bonomi Group



via Massimo Bonomi 1
25064 Gussago (BS)



rb@bonomi.it



+39 030.82.50.011
centralino

SEGUICI SU



www.rubinetteriebresciane.it



360° AFTER-SALES ASSISTANCE

IN THE INDUSTRIAL VENTILATION SECTORS LEADER



Established in 1963, Gruppo CBI is one of the main European manufacturers of industrial fans. Within the group, CBI Service is specialised in the maintenance of industrial fans in general, the design of spare parts and customised technical solutions, in order to restore their good working order.

- 1 production warehouse ISO 14001 qualified
- 1 An ISO 9001 qualified technical department
- 1 technical department qualified ISO 45001

1992
the year CBI Service was established

From small, low kW fans to major installations with several MW of power

OUR SERVICES

- Installation**
360° assistance is provided for the fans
- Revamping**
A simple and cost-effective way of improving performance and functionality of the systems
- Spare parts**
 - Supply and installation of original spare parts
 - Building parts for rotary machines no longer in production
 - Data bank for any original spare part
- Tests and diagnosis**
 - Mobile laboratories and testing room for performance tests
- Training**
Courses studied and agreed with the client, aimed at training technicians who will then gain total operational autonomy

THE FIELDS OF APPLICATION

- Tunnels and Underground railways
- Petrochemical
- Steel industries
- Glass industries
- Nuclear
- Energy
- Incinerators
- Fumes and furnace for industrial cycles
- Ceramic industries
- Paper mills

OUR STRONG POINTS

- Revamping**
- Maintenance**
- Customised products**
- Complete check-up**

CASE HISTORY

- UREA PLANT - TRINIDAD & TOBAGO**
- POWER PLANT - TOCOPILLA (CHILE)**
- POLYPROPYLENE PLANT - TOBOLSK (SIBERIA)**

IN ITALY AND WORLDWIDE

CBI Group is one of the most important European companies in the sector, thanks to the wide range of solutions offered

3 establishments in Italy

India
Production establishment

Belgium
Production establishment

France, Spain
Sales offices (CBI Espana, CBI France)

10,000 fans produced every year

5 production establishments

Monza 1
Production of centrifugal and standard fans
Site of the CBI group headquarters

Cambiago (Milan) 2
Production of axial fans and fans for tunnels
Site of the CBI Service headquarters

Gissi (Chieti) 3
Production of heavy duty fans with particular reference to the oil&gas sector

THE COMPANY'S FUNDAMENTAL VALUES

- Competitiveness**
- Wide range of products**
- Flexibility**
- Dependability**
- Professionalism as company ethics**



Contacts
CBI Service

via delle Industrie 22
20040 Cambiago (MI), Italy

info@cbi-service.com

+39 02 95308400
telephone

FOLLOW US ON

www.cbi-service.com

LEADER NELL'ASSISTENZA A 360° NEI SETTORI DELLA VENTILAZIONE INDUSTRIALE



Nato nel 1963 il Gruppo CBI è uno dei principali produttori europei di ventilatori industriali. All'interno del gruppo, CBI Service è specializzata nella manutenzione dei ventilatori industriali in genere, nella progettazione di ricambi e soluzioni tecniche su misura per ripristinare il loro buon funzionamento

- 1 stabilimento di produzione qualificato ISO 14001
- 1 ufficio tecnico qualificato ISO 9001
- 1 reparto interventi qualificato ISO 45001

1992
Anno di nascita di CBI Service

Ci occupiamo dai piccoli ventilatori di pochi kW fino alle grandi installazioni aventi diversi MW di potenza

I NOSTRI SERVIZI

- Installazione**
Viene fornita assistenza a 360° per i ventilatori
- Revamping**
Un modo semplice ed economico per migliorare prestazioni e funzionalità del sistema
- Pezzi di ricambio**
 - Fornitura e installazione di ricambi originali
 - Costruzione di ricambi per macchine rotanti non più in produzione
 - Banca dati per qualunque ricambio originale
- Test e diagnosi**
 - Laboratori mobili e sala dimostrazione per test
 - Check-up sui motori
- Formazione**
Corsi studiati e concordati con il cliente, per formare tecnici in grado di avere una totale autonomia operativa

I SETTORI DI APPLICAZIONE

- Tunnel e Metropolitane
- Petrochimico
- Industrie dell'acciaio
- Industrie del vetro
- Nucleare
- Energia
- Inceneritori
- Fumi e forno per cicli industriali
- Industrie della ceramica
- Cartiere

I NOSTRI PUNTI DI FORZA

- Revamping**
- Prodotti su misura**
- Manutenzione**
- Check-up completo**

CASE HISTORY

- UREA PLANT - TRINIDAD & TOBAGO
- POWER PLANT - TOCOPILLA (CILE)
- POLYPROPYLENE PLANT - TOBOLSK (SIBERIA)

IN ITALIA E NEL MONDO

Il Gruppo CBI è una delle principali società europee grazie all'ampiezza della gamma offerta

- Roma**
Ufficio commerciale specializzato nella ventilazione di gallerie stradali e ferroviarie
- India**
Stabilimento produttivo
- Belgio**
Stabilimento produttivo
- Francia, Spagna**
Filiali commerciali (CBI Espana, CBI France)
- Monza** 1
Produzione di ventilatori centrifughi e standard
Sede del quartier generale del gruppo CBI
- Cambiago (Milano)** 2
Produzione di ventilatori assiali e applicazioni per tunnel
Sede del quartier generale di CBI Service
- Gissi (Chieti)** 3
Produzione di ventilatori heavy duty con particolare riferimento al settore oil&gas
- 3** stabilimenti in Italia
- 5** stabilimenti produttivi
- 10.000** ventilatori prodotti ogni anno

I VALORI FONDANTI DELL'AZIENDA

- Competitività**
- Ampia gamma di prodotti**
- Flessibilità**
- Affidabilità**
- La professionalità come etica aziendale**

Contatti
CBI Service

via delle Industrie 22
20040 Cambiago (MI), Italia

info@cbi-service.com

+39 02 95308400
telefono

SEGUICI SU

www.cbi-service.com



CENTRIFUGAL MAGNETIC DRIVE PUMPS



CDR Pompe is an Italian leader in the manufacturing industry. Since 1978 it develops and produces magnetic drive centrifugal pumps and pumps with mechanical seal for hazardous, corrosive and toxic liquids.

THE PRODUCTS

- Production of pumps for chemical processes
- Lined magnetic drive pumps
- Magnetic drive metallic centrifugal pumps
- Magnetic drive plastic centrifugal pumps
- Mechanical seals manufactured by the company itself

DESTINATION AREAS

- Chemical
- Pharmaceutical
- Petrochemical
- Food industry
- Paints/pigments industry
- Fertilisers
- Thermoregulation
- Air treatment
- Water treatment



STAR LINES



UTN-L
Magnetic Drive Lined Process Centrifugal Pump



UTN-BL
Magnetic Drive Lined Process Centrifugal Pump



UCL
Lined Process Centrifugal Pump with Mechanical Seal



XTN Lined Magnetic Drive Process Centrifugal Pump for liquids with suspended solids



XTS Magnetic Drive Metallic Process Centrifugal Pump for liquids with suspended solids



UTS
Magnetic Drive Metallic Process Centrifugal Pump



UTS-B
Magnetic Drive Metallic Process Centrifugal Pump



ETS
Magnetic Drive Metallic Pump



ETN EVO
Lined Magnetic Drive Centrifugal Pump

HISTORY

- 1952**
Ferdinando Abordi acquires ARI Pompe
- 1966**
The company becomes CDR Pompe
- 1972**
The company starts to produce pumps in stainless steel and special alloys
- 1975**
Production of new DIN 24256 horizontal centrifugal pumps for the chemical industry
- 1977**
Maurizio Abordi, Ferdinando's son, takes over the company
- 1978**
The start of production of plastic and metal magnetic drive pumps
- 1999**
CDR obtains ISO 9001 certification
- 2000**
CDR develops the lined chemical pump technology
- 2017**
Transfer to the new registered office in Bollate (Milan)

REGISTERED OFFICE

Bollate (MI)

- Entire Premises: **2,800 m²**
- Office Area: **800 m²**
- Production Area: **1,200 m²**
- Service Area: **200 m²**
- Warehouse Area: **600 m²**

THE TEAM



- General Management: **3**
- Sales: **8**
- Technical Dept. + R&D: **4**
- Production and Logistics: **12**
- Quality & Aftersales: **1**

DISTRIBUTORS WORLDWIDE



OUR PHILOSOPHY

Flexibility and competence as basic elements of our action



Flexibility means being ready to adapt the product to customer requirements



Competence means considering the pump in its context - i.e. the plant, supporting its correct installation and correct use, to offer the best results in terms of reliability and energy saving to the customers

Contacts
CDR Pompe

Via Raffaello Sanzio, 57
20021 Bollate (MI)

rdo@cdrpompe.com

+39029901941
telephone

www.cdrpompe.com

POMPE CENTRIFUGHE A TRASCINAMENTO MAGNETICO



CDR Pompe è un'azienda italiana leader nel settore manifatturiero. Dal 1978 sviluppa e produce pompe centrifughe di processo a trascinamento magnetico e con tenuta meccanica per liquidi pericolosi, corrosivi e tossici.

I PRODOTTI

- Produzione di pompe per processi chimici
- Pompe centrifughe rivestite a trascinamento magnetico
- Pompe centrifughe in metallo a trascinamento magnetico
- Pompe centrifughe in plastica a trascinamento magnetico
- Tenute meccaniche di produzione propria

SETTORI DI DESTINAZIONE

- Chimico
- Farmaceutico
- Petrochimico
- Industria alimentare
- Industria vernici / pigmenti
- Fertilizzanti
- Termoregolazione
- Trattamento aria
- Trattamento acqua



LINEE DI PUNTA



UTN-L Pompa Centrifuga Lined di Processo a Trascinamento Magnetico



UTN-BL Pompa Centrifuga Lined di Processo a Trascinamento Magnetico



UCL Pompa Centrifuga Lined di Processo a Tenuta Meccanica



XTN Pompa Centrifuga Lined di Processo a Trascinamento Magnetico per liquidi con solidi in sospensione



XTS Pompa Centrifuga in metallo di Processo a Trascinamento Magnetico per liquidi con solidi in sospensione



UTS Pompa Centrifuga in Metallo di Processo a Trascinamento Magnetico



UTS-B Pompa Centrifuga in Metallo di Processo a Trascinamento Magnetico



ETS Pompa Centrifuga in Metallo a Trascinamento Magnetico



ETN EVO Pompa Centrifuga Lined a Trascinamento Magnetico

LA STORIA

- 1952**
Ferdinando Abordi acquista la società ARI Pompe
- 1966**
L'azienda si trasforma in CDR Pompe
- 1972**
L'azienda inizia a produrre pompe in acciaio inossidabile e in lega speciale
- 1975**
Produzione di nuove pompe centrifughe orizzontali per l'industria chimica a norme DIN 24256
- 1977**
Maurizio Abordi, figlio di Ferdinando, rileva l'azienda
- 1978**
Avvio della produzione di pompe a trascinamento magnetico in plastica e metallo
- 1999**
CDR ottiene la certificazione ISO 9001
- 2000**
CDR sviluppa la tecnologia di pompe chimiche lined
- 2017**
Spostamento nella nuova sede a Bollate (Milano)

LA SEDE

Bollate (MI)

- Sede Completa: **2.800 m²**
- Area Uffici: **800 m²**
- Area Produzione: **1200 m²**
- Area Service: **200 m²**
- Area Magazzino: **600 m²**

LA SQUADRA

27
dipendenti

- Gestione Generale: **3**
- Vendite: **8**
- Ufficio Tecnico + R&D: **4**
- Produzione e Logistica: **12**
- Qualità & Post-Vendita: **1**

I DISTRIBUTORI NEL MONDO



LA FILOSOFIA

Flessibilità e competenza come elementi base della nostra azione



Flessibilità

è essere pronti ad adattare il prodotto alle necessità del cliente



Competenza

significa considerare la pompa nel suo contesto - ovvero l'impianto, supportarne la corretta installazione ed il corretto utilizzo, per offrire alla clientela i migliori risultati di affidabilità e risparmio energetico.

Contatti
CDR Pompe

Via Raffaello Sanzio, 57
20021 Bollate (MI)

rd@cdrpompe.com

+39029901941
telefono

www.cdrpompe.com



LIFTING SYSTEM SPECIALISTS



PRODUCTS

Travelling cranes



Jib cranes



Gantry cranes



"C"-shaped grabs for coils



Lifting beams for lifting and handling manufactured products



Grabs for handling and extraction of plaques



Sideshifters for coils and sheet metal

"C"-shaped hooks for coils



THE MAIN DESTINATION AREAS

National and International



Steel sector



Medium/heavy industrial sector



Nautical



Recycling and waste treatment plants



Process automation

COMPANY DIVISIONS



Medium/heavy lifting systems



Underhook equipment



Service

2 PLANTS

Paese (TV)



60 employees

After-sales centre

Production plant of over 3,500 m²



ASSISTANCE 365 DAYS A YEAR



Service division with over 20 qualified technicians



Maintenance of their own plants and of other manufacturers



Scheduled and emergency assistance



Multibrand spare parts

OUR MISSION



Products with highest quality and reliability



Predictive maintenance



Customised solutions on the basis of customer needs



Investments in the constant training of the team



Integrated automation projects in "Industry 4.0"



Contacts
CO.MAS S.r.l.

OPERATIONAL HEADQUARTERS
Via L. Negrelli, 5
31038 Paese (TV) - Italy

AFTER-SALES CENTRE
Via G. Pastore, 8A
31038 Paese (TV) - Italy



info@comasgru.com
assistenza@comasgru.com
commerciale@comasgru.com



+39 0422.484548
switchboard
800 933348
Free-Phone

FOLLOW US ON www.comasgru.com

SPECIALISTI DI IMPIANTI DI SOLLEVAMENTO



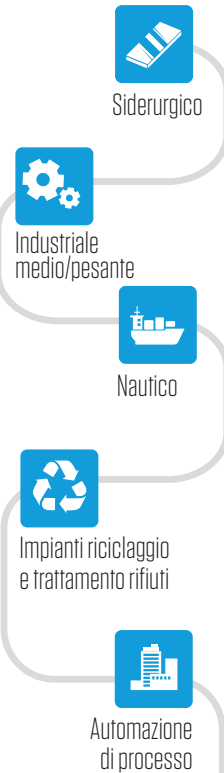
PRODOTTI



- Gru a ponte
- Gru a bandiera
- Gru a cavalletto
- Pinze a "C" per coils
- Bilancieri per sollevamento e movimentazione di manufatti
- Pinze per movimentazione ed estrazione placche
- Carrelli traslatori per coils e lamiere
- Ganci a "C" per coils

PRINCIPALI SETTORI DI DESTINAZIONE

Nazionali e internazionali



DIVISIONI AZIENDALI



Sistemi di sollevamento medio/pesante



Attrezzature sottogancio



Service

2 SEDI Paese (TV)



60 dipendenti



Centro assistenza



Stabilimento produttivo, di oltre 3.500 m²



UN KNOW-HOW ACQUISITO IN **36 anni** di esperienza

ASSISTENZA 365 GIORNI ALL'ANNO



Divisione service con oltre 20 tecnici qualificati



Manutenzione impianti propri e di altri costruttori



Assistenza programmata e pronto intervento



Ricambi multibrand

LA NOSTRA MISSIONE



Prodotti con qualità e affidabilità massima



Manutenzione predittiva



Soluzioni personalizzate in base alle esigenze della clientela



Investimenti nella formazione costante del team



Progetti di automazione integrata in chiave "Industria 4.0"



Contatti
CO.MAS S.r.l.



SEDE OPERATIVA
Via L. Negrelli, 5
31038 Paese (TV) - Italy

CENTRO ASSISTENZA
Via G. Pastore, 8A
31038 Paese (TV) - Italy



info@comasgru.com
assistenza@comasgru.com
commerciale@comasgru.com



+39 0422.484548
centralino
800 933348
Numero Verde

SEGUICI SU  www.comasgru.com



EBARA PUMPS EUROPE S.P.A.

MANUFACTURER OF STAINLESS STEEL PUMPS,
PRESSURE BOOSTER SETS AND FIRE-FIGHTING UNITS



OUR ORIGINS



EBARA Pumps Europe S.p.A. was established in 1989 in Italy, but the official inauguration took place in 1992 with the opening of the Cles (Trento) plant, one of Europe's largest centres for the production of stainless steel pumps.

EBARA Pumps Europe S.p.A. is the European branch of EBARA Corporation in Tokyo, a Japanese multinational company, with a worldwide presence of more than 80 subsidiaries and 10 affiliates, operating for more than 100 years in the pump industry with the constant will to combine technological development and market requirement, with total respect for the environment.

EBARA Pumps Europe S.p.A. represents one of the most important centres in Europe for the industrial and domestic pump market. The innovative range of moulded stainless steel and cast iron products is characterised by the high technological level achieved over the years, with particular reference to the stamping and welding processes.

SECTORS OF APPLICATION



INDUSTRY



CIVIL CONSTRUCTION



DRAINAGE AND WASTE WATERS



WATER SUPPLIES

HISTORY

- 1912**
Foundation. EBARA Corporation manages to keep up with competitors by developing new products that can meet the requirements of the customers and society
- THE 1950S-70S**
EBARA Corporation expands its business areas, thanks to the introduction of technologies such as compressors and turbines
- THE 1980S-90S**
EBARA Corporation begins the development of products and technologies focused on saving energy and reducing environmental impact
- 1989**
Foundation of EBARA Italia S.p.A.
- 1992**
Official inauguration of the Cles (TN) plant, recognised as one of Europe's largest centres for the production of moulded stainless steel pumps
- 1998**
EBARA Italia S.p.A. changes name and becomes EBARA Pumps Europe S.p.A. The Headquarters are based in Brendola
- 2018**
Continuous growth and improvement with the establishment of EBARA Pumps Europe at Gambellara (Vicenza) and a total surface area of 54,000 m²

STAR PRODUCTS



EBARA CORPORATION



107 years of history
16,000 employees
4.2 billion € turnover

Headquarters in **Haneda** (Japan)

EBARA PUMPS EUROPE

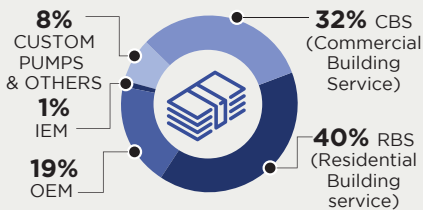


30 years of history
600 employees

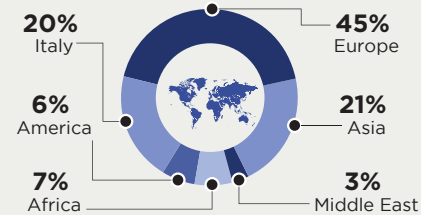
Headquarters in **Gambellara** (Vicenza)

THE EBARA PUMPS EUROPE TURNOVER 2019

TOTAL **136 million euro**

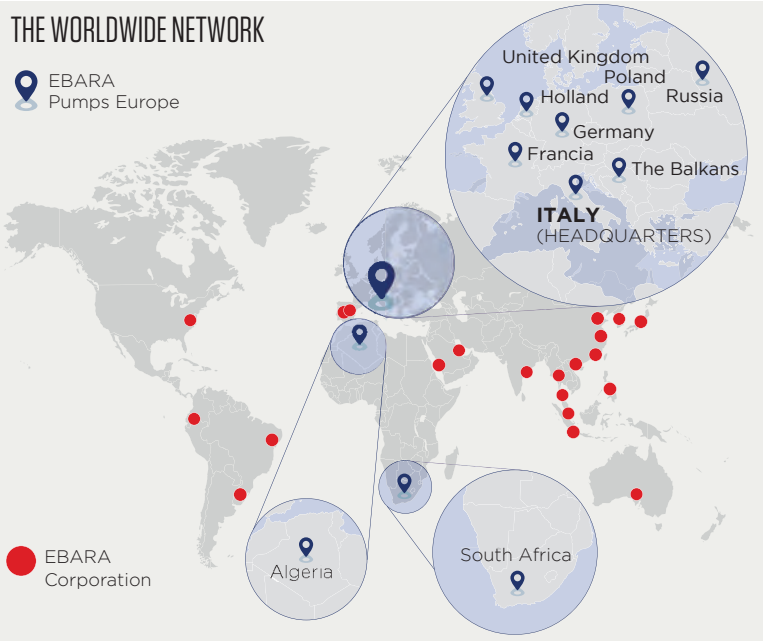


PER GEOGRAPHICAL AREA



THE WORLDWIDE NETWORK

EBARA Pumps Europe



Contacts

EBARA Pumps Europe S.p.A.



Via Torri di Confine 2/1 int. C
36053 Gambellara (Vicenza)



ebarapumps@ebaraeurope.com



+39 0444 706811
telephone

FOLLOW US ON



www.ebaraeurope.com

EBARA PUMPS EUROPE S.P.A.

PRODUZIONE DI POMPE STANDARD E INDUSTRIALI IN ACCIAIO,
GRUPPI DI PRESSURIZZAZIONE ED ANTINCENDIO



LE ORIGINI



EBARA Pumps Europe S.p.A. nasce nel 1989 in Italia, ma l'inaugurazione ufficiale avviene nel 1992 con l'apertura dello stabilimento di Cles (Trento), uno dei centri principali in Europa per la realizzazione delle elettropompe in acciaio inossidabile.

EBARA Pumps Europe S.p.A. fa capo ad EBARA Corporation di Tokyo, multinazionale giapponese presente in tutto il mondo con più di 80 consociate e 10 affiliate che opera da oltre cento anni nel settore con l'impegno costante di conciliare sviluppo tecnologico e necessità di mercato con il massimo rispetto dell'ambiente.

EBARA Pumps Europe S.p.A. rappresenta in Europa un importante fulcro per il mercato delle elettropompe industriali e domestiche. La gamma innovativa di prodotti in acciaio inossidabile stampato e in ghisa è caratterizzata da un elevato livello tecnologico sviluppato negli anni, con particolare riferimento ai processi di stampaggio e saldatura.

PRODOTTI DI PUNTA



Serie EVMS
Centrifughe multistadio verticali

Serie 3-3L
Centrifughe monoblocco e normalizzate



SETTORI DI APPLICAZIONE



INDUSTRIA



EDILIZIA CIVILE



DRENAGGIO
E ACQUE REFLUE



APPROVVIGIONAMENTO
IDRICO

EBARA CORPORATION



107 anni di storia
16.000 dipendenti
4,2 mld € fatturato

Quartier generale **Haneda** (Giappone)

EBARA PUMPS EUROPE



30 anni di storia
600 dipendenti

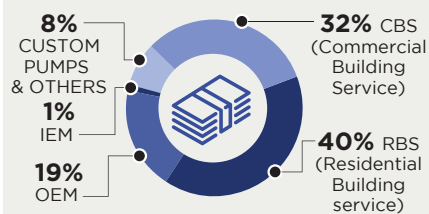
Quartier generale **Gambellara** (Vicenza)

LA STORIA

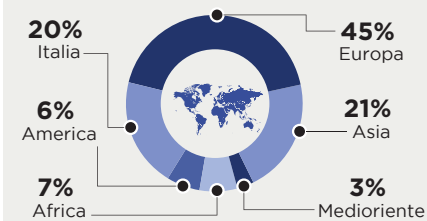
- 1912**
Fondazione. EBARA Corporation riesce a tenere testa alla concorrenza sviluppando prodotti nuovi in grado di soddisfare le esigenze dei clienti e della società
- ANNI '50 - '70**
EBARA Corporation espande le proprie aree di attività grazie all'introduzione di tecnologie quali compressori e turbine
- ANNI '80 - '90**
EBARA Corporation avvia lo sviluppo di prodotti e tecnologie mirate a risparmiare energia e ridurre l'impatto sull'ambiente
- 1989**
Fondazione di EBARA Italia S.p.A.
- 1992**
Inaugurazione ufficiale della struttura di Cles (TN), riconosciuto come uno dei più grandi centri in Europa nella produzione di pompe in acciaio inossidabile stampato
- 1998**
EBARA Italia S.p.A. cambia denominazione e diventa EBARA Pumps Europe S.p.A. A Brendola viene localizzato l'Head Office
- 2018**
Crescita e miglioramento continuo si concretizzano nel nuovo stabilimento di EBARA Pumps Europe a Gambellara (Vicenza) con una superficie totale di 54.000 mq.

IL FATTURATO 2019 EBARA PUMPS EUROPE

TOTALE **136 milioni di euro**



PER AREA GEOGRAFICA



IL NETWORK MONDIALE



Contatti

EBARA Pumps Europe S.p.A.



Via Torri di Confine 2/1 int. C
36053 Gambellara (Vicenza)



ebarapumps@ebaraeurope.com



+39 0444 706811
telefono

SEGUICI SU



www.ebaraeurope.com



SPECIALISTS IN THE PRODUCTION OF INDUSTRIAL FANS AND MOTORS

ebmpapst

The engineer's choice

Ebm-papst s.r.l. is the Italian branch of a German multinational company, leader in the production of fans and motors for industrial application, with a range of over 14,500 products

VENTILATION APPLICATION SECTORS

Refrigeration and air conditioning

Industrial ventilation

Gas or biomass heating

Household appliances

Automotive

STAR PRODUCTS

24 AND 48 VDC BRUSHLESS MOTORS AND GEAR MOTORS

Compact dimensions, diameters: **63 and 80 mm**

Output power: **from 5 to 754 W**

Completely reversible planetary and orthogonal drives, with nominal torque **from 2.8 to 150 Nm**



The objective
Customisation of the product on specific customer request

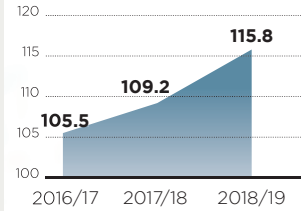
Where possible, integrated driver for speed, torque and position control

CANOpen protocol
IP54 protection rating

RESEARCH AND DEVELOPMENT

Investments

(given in millions of euro)



+900
engineers worldwide

Company innovation develops on:



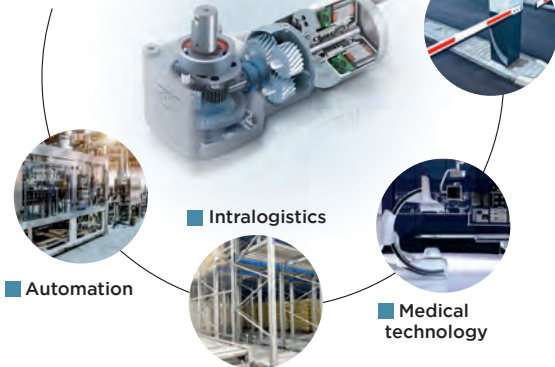
Laboratory tests



3D simulations

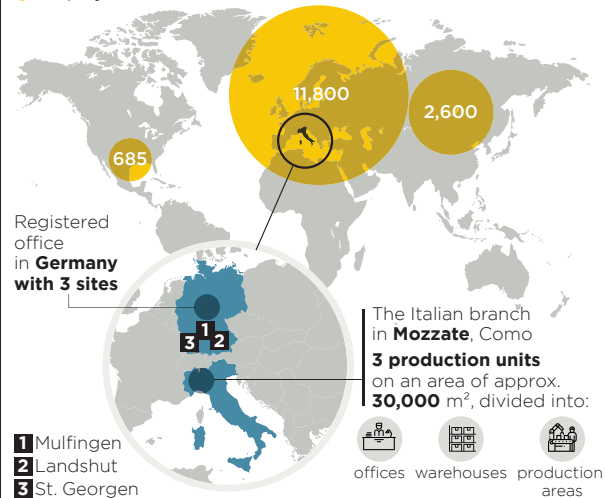
SECTORS OF APPLICATION OF THE BRUSHLESS MOTORS

DRIVE TECHNOLOGY



THE INTERNATIONAL PRESENCE OF THE GROUP

● Employees



Contacts
EBM-PAPST s.r.l.

Via Cornaggia 108
22076 Mozzate (CO)

info@it.ebmpapst.com

+39 0331.836.201
switchboard

FOLLOW US ON



www.ebmpapst.com

SPECIALISTI NELLA PRODUZIONE DI VENTILATORI E MOTORI INDUSTRIALI

ebmpapst

The engineer's choice

Ebm-papst s.r.l. è la filiale italiana di una multinazionale tedesca leader mondiale nella produzione di ventilatori e motori per applicazione industriale con una gamma di oltre 14.500 prodotti

SETTORI DI APPLICAZIONE VENTILAZIONE

Refrigerazione
e condizionamento

Ventilazione
industriale

Riscaldamento
a gas o biomassa

Elettrodomestici

Automotive

PRODOTTI DI PUNTA

MOTORI BRUSHLESS E MOTORIDUTTORI 24 E 48 VDC

Dimensioni compatte, diametri:
42, 63 e 80 mm

Potenze utili
Da 5 a 754 W

Riduttori epicicloidali ed ortogonali,
completamente reversibili,
con coppia nominale
da 2.8 fino a 150 Nm



L'obiettivo
Customizzazione
del prodotto anche
su specifica
richiesta
del cliente

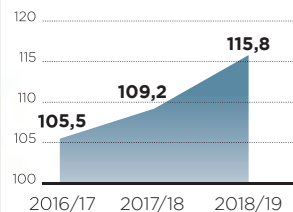
Dove possibile driver
integrato per il controllo
in velocità, coppia e posizione

Protocollo CANOpen
Grado di protezione IP54

RICERCA E SVILUPPO

Investimenti

(dati in milioni di euro)



+900

ingegneri in tutto
il mondo

**L'innovazione aziendale
si sviluppa su:**



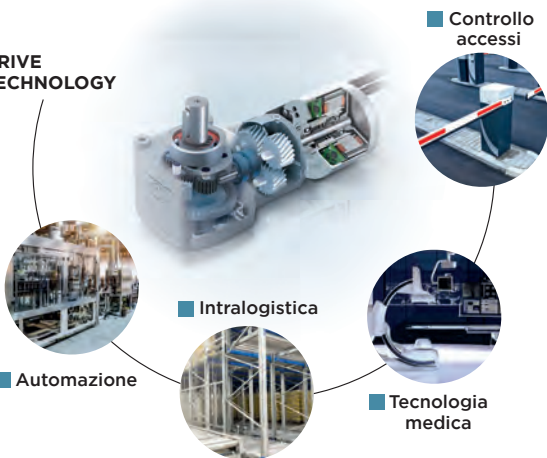
Test di laboratorio



Simulazioni 3D

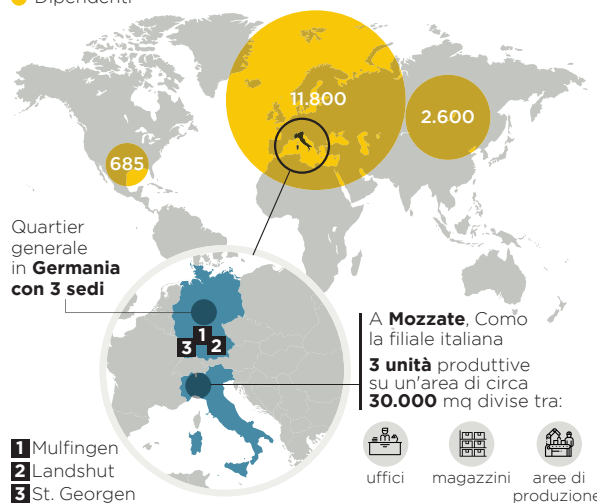
SETTORI DI APPLICAZIONE MOTORI BRUSHLESS

DRIVE
TECHNOLOGY



LA PRESENZA INTERNAZIONALE DEL GRUPPO

● Dipendenti



Contatti
EBM-PAPST s.r.l.

Via Cornaggia 108
22076 Mozzate (CO)

info@it.ebmpapst.com

+39 0331.836.201
centralino

SEGUICI SU
www.ebmpapst.com



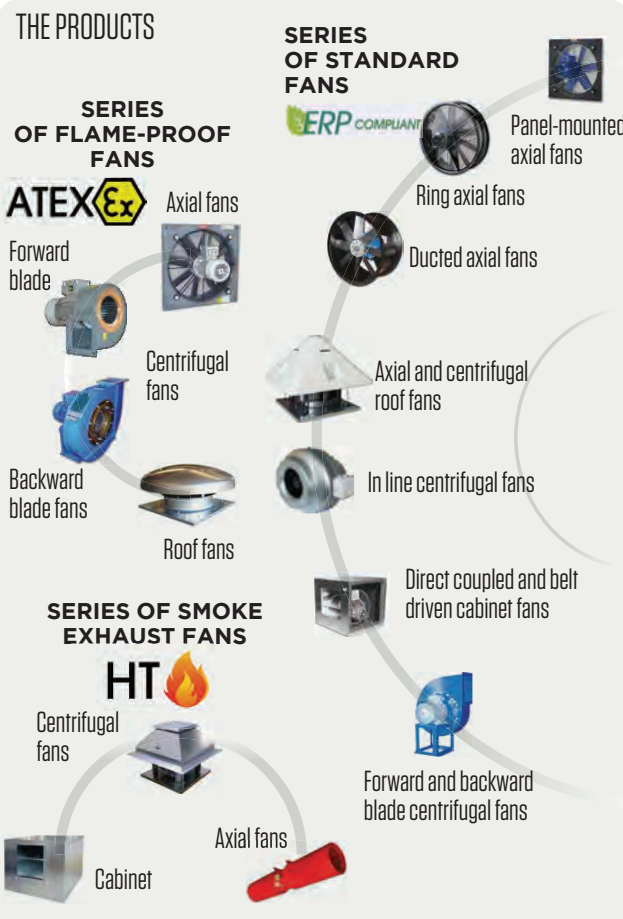
SPECIALISTS IN THE MANUFACTURING OF INDUSTRIAL FANS

IDEAS, ABILITY AND MEANS TO MAKE FANS... WELL



- 11 MILLION EURO**
turnover in 2019
- 50%**
increase in turnover
in the last 5 years
- 1.000**
customers worldwide
- +10%**
of the turnover
re-invested into
the company
- 11.000 M²**
covered surface area
- 30.000 €**
yearly donations
for solidarity
initiatives

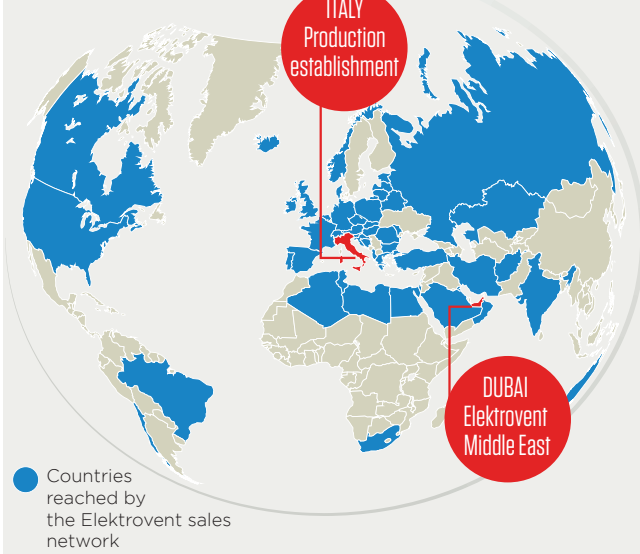
- DESTINATION AREAS**
- Conditioning and ventilation**
 - Refrigeration**
 - Oil and gas**
 - O.E.M.**
 - Drying**
 - Naval**



HISTORY

- 1987**
Established in Reggio Emilia
- 2001**
New company members takes over in Elektrovent, bringing enthusiasm, ideas and skills
- 2004**
Transfer to the current premises at Soiano del Lago
- 2006**
First "F400" fan certifications at Applus (Spain)
- 2011**
Re-organisation and extension of the fan structural and assembly department, occupying 4,000 m² adjacent to the main establishment
- 2013**
Expansion of the "smoke exhaust" fans with BSI (UK) certifications
- 2016**
New test chamber in compliance with ISO 5801 and AMCA standard 210 accreditation. The series of ATEX fans obtains the statement of conformity from TUV NORD
- 2018**
The logistic-production spaces increase by an additional 3,000 m²
- 2019**
Establishment of a representative office in Dubai; Elektrovent Middle East

CUSTOMERS WORLDWIDE



CERTIFICATIONS AND ASSOCIATIONS

Our fans are compliant and type-approved according to the most recent European and International Directives regarding efficiency and safety in environments with risk of explosion and fire



We are members of the following associations:



Contacts
Elektrovent Srl

via delle Pozzette 18,
Soiano del Lago (BS)

info@elektrovent.it

+39 0365 671051
Telephone

FOLLOW US ON

www.elektrovent.it

SPECIALISTI NELLA REALIZZAZIONE DI VENTILATORI INDUSTRIALI

IDEE CAPACITÀ E MEZZI PER FARE BENE...I VENTILATORI



11 MILIONI DI €
fatturato 2019

50%
incremento del fatturato negli ultimi 5 anni

1.000
clienti nel mondo

+10%
del fatturato reinvestito in azienda

11.000 MQ
la superficie coperta

30.000 €
donazioni annue per iniziative di solidarietà

SETTORI DI DESTINAZIONE

Condizionamento e ventilazione

Refrigerazione

Oil and gas

O.E.M.

Essiccazione

Navale

I PRODOTTI

SERIE VENTILATORI ANTIDIFLAGRANTI ATEX

ATEX Assiali

Pale avanti

Centrifughi

Pale rovesce

Torrini

Torrini assiali e centrifughi

Centrifughi in linea

Cassonati diretti e a trasmissione

Centrifughi pale rovesce e pale avanti

Assiali

Cassonati

SERIE VENTILATORI STANDARD

ERP COMPLIANT

Elicoidali a pannello

Assiali ad anello

Assiali intubati

Torrini assiali e centrifughi

Centrifughi in linea

Cassonati diretti e a trasmissione

Centrifughi pale rovesce e pale avanti

Assiali

Cassonati

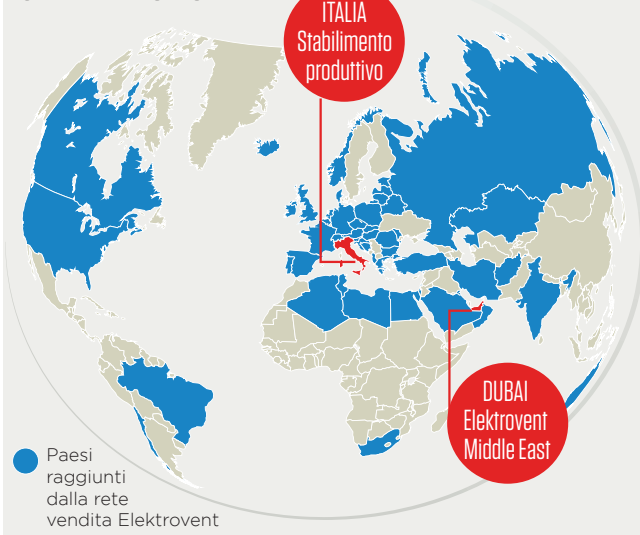
SERIE VENTILATORI PER FUMI D'INCENDIO HT

Centrifughi

Assiali

Cassonati

I CLIENTI NEL MONDO



CERTIFICAZIONI E ASSOCIAZIONI

I nostri ventilatori sono conformi ed omologati secondo le più recenti direttive europee ed internazionali in materia di efficienza, sicurezza in ambienti a rischio d'esplosione e d'incendio



Siamo membri delle seguenti associazioni:



LA STORIA

- 1987**
Fondazione a Reggio Emilia
- 2001**
In Elektrovent subentrano nuovi soci portando entusiasmo, idee e capacità
- 2004**
Trasferimento nell'attuale sede di Soiano del Lago
- 2006**
Prime certificazioni di ventilatori "F400" presso Applus (Spagna)
- 2011**
Riorganizzazione e ampliamento reparto carpenteria e di montaggio ventilatori, occupando 4.000 mq adiacenti alla sede principale
- 2013**
Ampliamento della gamma di ventilatori per "fumi d'incendio" con certificazioni presso BSI (UK)
- 2016**
Nuova sala prove conforme alla norma ISO 5801 e accreditata AMCA standard 210. La serie di ventilatori ATEX ottiene lo statement of conformity dal TUV NORD
- 2018**
Gli spazi logistico-produttivi si incrementano di altri 3.000 mq
- 2019**
Insediamento di un ufficio di rappresentanza a Dubai: la Elektrovent Middle East

Contatti
Elektrovent Srl

via delle Pozzette 18,
Soiano del Lago (BS)

info@elektrovent.it

+39 0365 671051
Telefono

SEGUICI SU

www.elektrovent.it



COMMERCIAL REFRIGERATION SPECIALISTS



The Group offers a complete range of solutions for **commercial refrigeration**



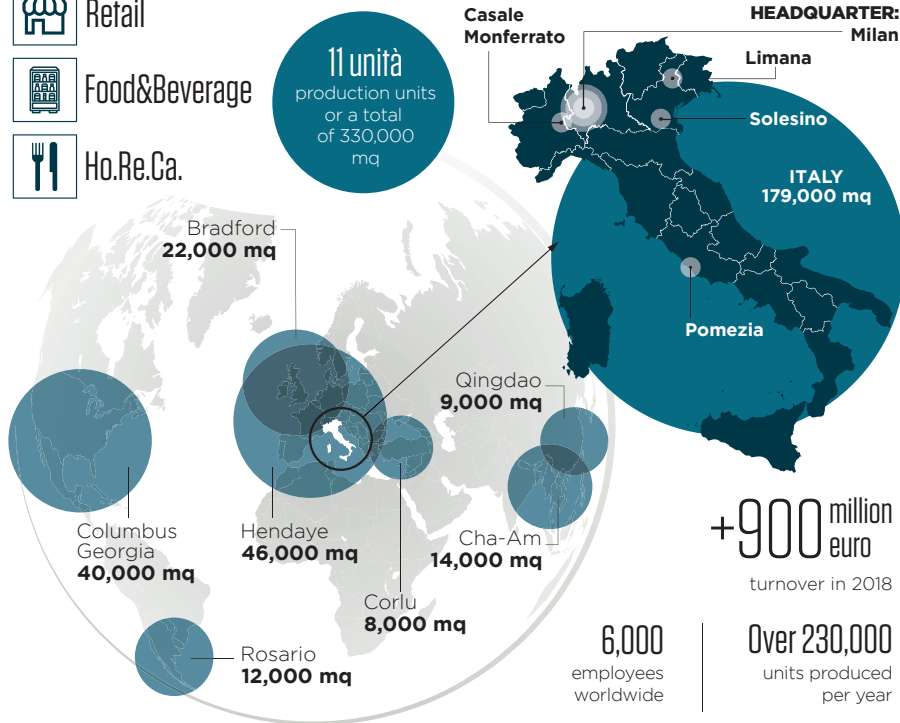
Retail



Food & Beverage



Ho.Re.Ca.



HISTORY



Luigi Nocivelli

In the 1950s he transformed his father's workshop into a leader company in the household appliance sector

Nel 2003

He established the Epta group; a name that derives from the Greek **ἑπτὰ**, which means seven, the number of his children

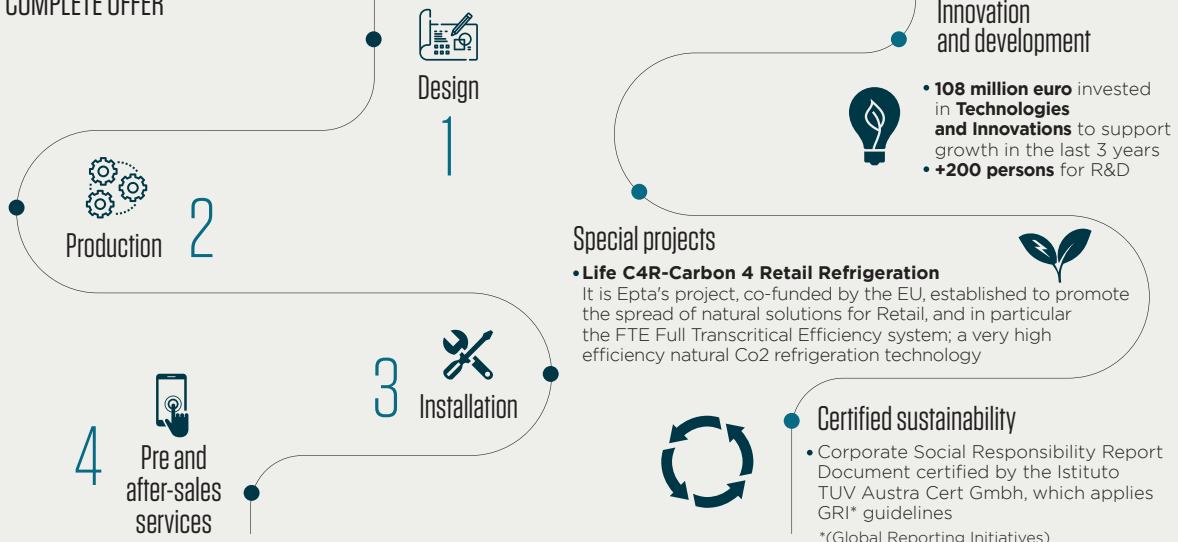
Today

Today the baton has been passed on to Marco Nocivelli, who continues to guide Epta in keeping with his father's example

The group's values

Order, humility, delegation, resilience

A COMPLETE OFFER



Contacts
EPTA S.p.a.

Via Mecenate, 86
20138 Milano - Italy

info@eptarefrigeration.com

+39 02.55.403.211
switchboard

FOLLOW US ON

www.eptarefrigeration.com

SPECIALISTI NELLA REFRIGERAZIONE COMMERCIALE



Il Gruppo offre una gamma completa di soluzioni per la **refrigerazione commerciale**



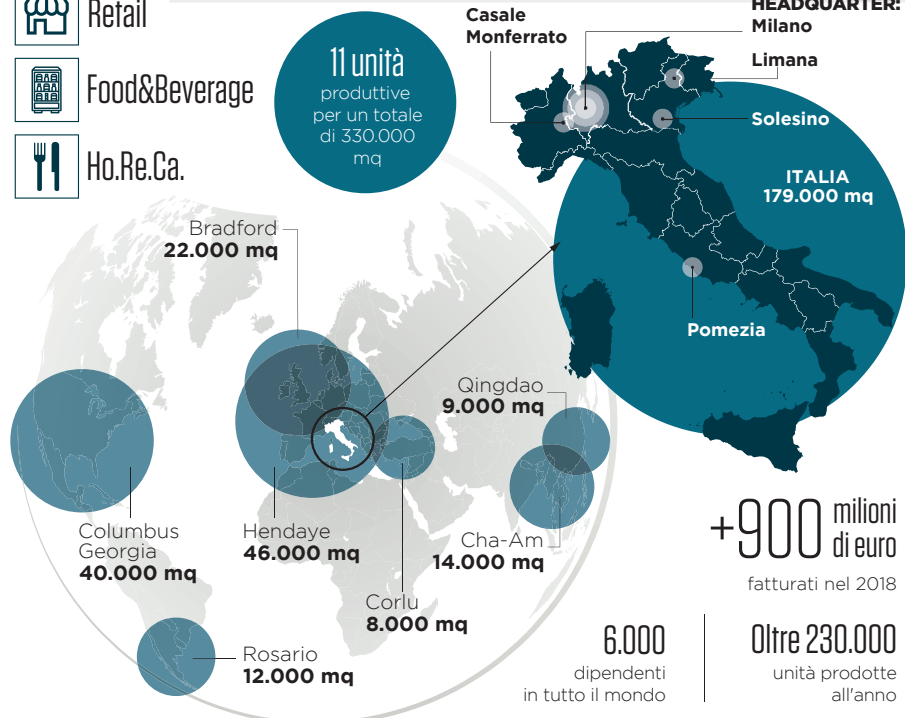
Retail



Food & Beverage



Ho.Re.Ca.



LA STORIA



Luigi Nocivelli

Negli anni '50 trasforma l'officina artigianale del padre in un'azienda leader nel settore degli elettrodomestici

Nel 2003

fonda il gruppo Epta, nome che deriva dal greco **ἑπτά**, che vuol dire sette, come il numero dei suoi figli

Oggi

il testimone è passato al figlio Marco Nocivelli, che guida Epta seguendo l'esempio e gli insegnamenti del padre

I valori del gruppo

Ordine, umiltà, delega, resilienza

UN'OFFERTA COMPLETA



Innovazione e sviluppo

- **108 milioni di euro** investiti in **Tecnologie e Innovazioni** per supportare la crescita negli ultimi 3 anni
- **+200 persone** per l'R&D

Progetti speciali

Life C4R-Carbon 4 Retail Refrigeration

È il progetto di Epta co-finanziato dall'UE nato per promuovere la diffusione di soluzioni naturali per il Retail, e in particolare il sistema FTE Full Transcritical Efficiency, un impianto di refrigerazione naturale a CO2 ad altissima efficienza

Sostenibilità certificata

- Corporate Social Responsibility Report Documento certificato dall'Istituto TUV Austra Cert GmbH, che applica le linee guida del GRI*

*(Global Reporting Initiatives)

Contatti
EPTA S.p.a.

Via Mecenate, 86
20138 Milano - Italy

info@eptarefrigeration.com

+39 02.55.403.211
centralino

SEGUICI SU
www.eptarefrigeration.com



SPECIALISTS IN THE PRODUCTION OF ELECTRONIC AND ELECTRO-MECHANICAL COMPONENTS

Everel
THE WORLD IN A CLICK

Everel Group is a leader in the production of electro-mechanical components for household appliances and the automotive market.

7
brands owned

100 MILLION
components produced every year

8
business lines

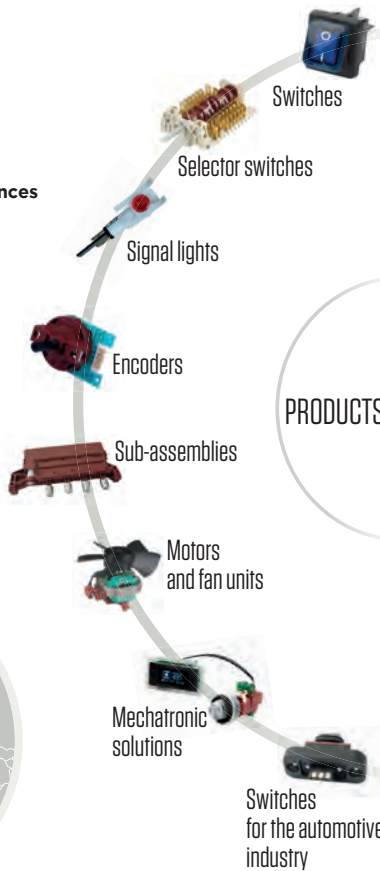
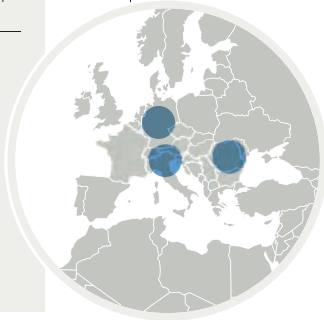
400
customers worldwide

+30
years of passion

+600
employees worldwide in 3 establishments: **Italy, Germany, Romania**

DESTINATION AREAS

- Large and small household appliances**
- Automotive**
- Heating and ventilation**
- Healthcare**
- Gardening & Outdoor**



PRODUCTS

HISTORY

- 1987**
The year the company was established
- 1998**
Acquisition of the German company Dreefs
- 1999**
Transfer of the registered offices to Valeggio sul Mincio (Vr)
- 2006**
Acquisition of the Italian company Signal Lux
- 2007**
The Everel brand is founded
- 2013**
Acquisition of the Mec Tronic brand
- 2019**
Acquisition of the Augusto Cometti brand

HR AND TRAINING

over 2.000
hours per year

2
training programs



THE HOUSE ORGAN
quarterly periodical communicating what is happening in Everel

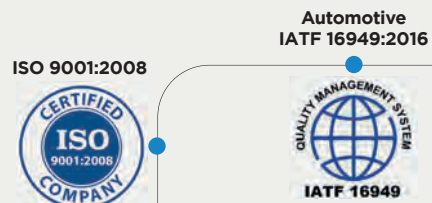
- Officina dei Talenti**
For unemployed/never previously employed people of the territory. Two editions a year to introduce them into the production environment.
- Our Bets**
1 edition per year dedicated to young people hired

PATENTS AND CERTIFICATIONS

International Patents
36

Registered Trademarks
36

CERTIFIED QUALITY MANAGEMENT SYSTEM



Contacts
Everel Group S.p.A

Via Cavour, 9
37067 Valeggio sul Mincio (VR)

info@everelgroup.com

+39 045 6313711
Telephone

FOLLOW US ON

SPECIALISTI NELLA PRODUZIONE DI COMPONENTISTICA ELETTRONICA ED ELETTROMECCANICA

Everel
THE WORLD IN A CLICK

Everel Group è leader nella produzione di componenti elettromeccanici per elettrodomestici e per il mercato automotive.

7
brand proprietari

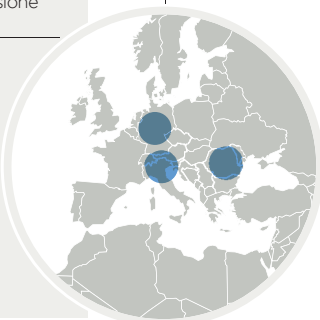
100 MILIONI
componenti prodotti ogni anno

8
business lines

400
clienti nel mondo

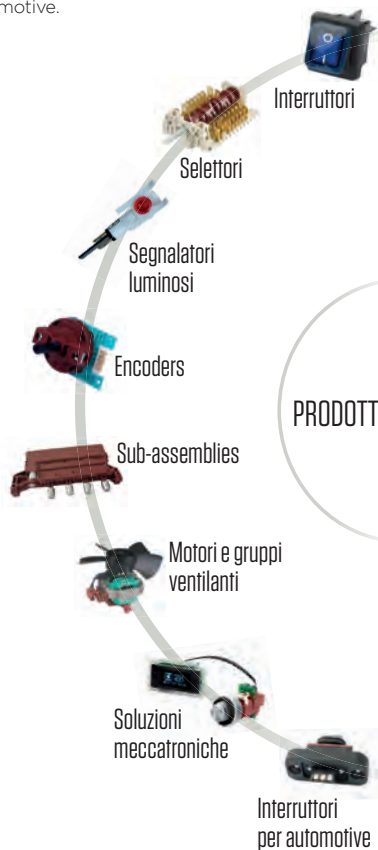
+30
anni di passione

+600
impiegati nel mondo
in 3 sedi:
Italia, Germania, Romania



SETTORI DI DESTINAZIONE

- Grandi e piccoli elettrodomestici**
- Automotive**
- Riscaldamento e ventilazione**
- Healthcare**
- Gardening & Outdoor**



PRODOTTI

LA STORIA

- 1987**
Anno di fondazione della società
- 1998**
Acquisizione della società tedesca Dreefs
- 1999**
Trasferimento del quartier generale a Valeggio sul Mincio (VR)
- 2006**
Acquisizione della società italiana Signal Lux
- 2007**
Nasce il brand Everel
- 2013**
Acquisizione del brand Mec Tronic
- 2019**
Acquisizione del brand Augusto Cometti

HR E FORMAZIONE

oltre 2.000
ore di formazione all'anno

2
percorsi formativi



- Officina dei Talenti**
per disoccupati/inoccupati del territorio, 2 edizioni l'anno volte ad inserire persone in ambito produttivo

- Le nostre Scommesse**
1 edizione l'anno dedicata ai giovani neoassunti

L'HOUSE ORGAN

periodico trimestrale interno volto a comunicare ciò che accade in Everel

BREVETTI E CERTIFICAZIONI

Brevetti internazionali
36

Marchi registrati
36

SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO

ISO 9001:2008



Automotive
IATF 16949:2016



Contatti
Everel Group S.p.A

Via Cavour, 9
37067 Valeggio sul Mincio (VR)

info@everelgroup.com

+39 045 6313711
Telefono

SEGUICI SU
in YouTube Facebook Twitter



PASTA PRODUCTION PLANT SPECIALISTS

FAVA

pasta equipment

OUR STRONG POINTS



CUSTOMISED SOLUTIONS

Having gained vast experience from over 80 years of activity, Fava is renowned for its sensitivity to the customers' requirements, with support of the laboratory for technological tests and an expert engineering service.



CONTINUOUS INNOVATION

We manufacture lines that improve the quality of the product and help people to manage production in a simple and flexible manner.



FAVA TRAINING CENTER

A training school for the preparation of technicians, technologists and R&D personnel regarding the production of pasta.



QUALIFIED R&D LABORATORY

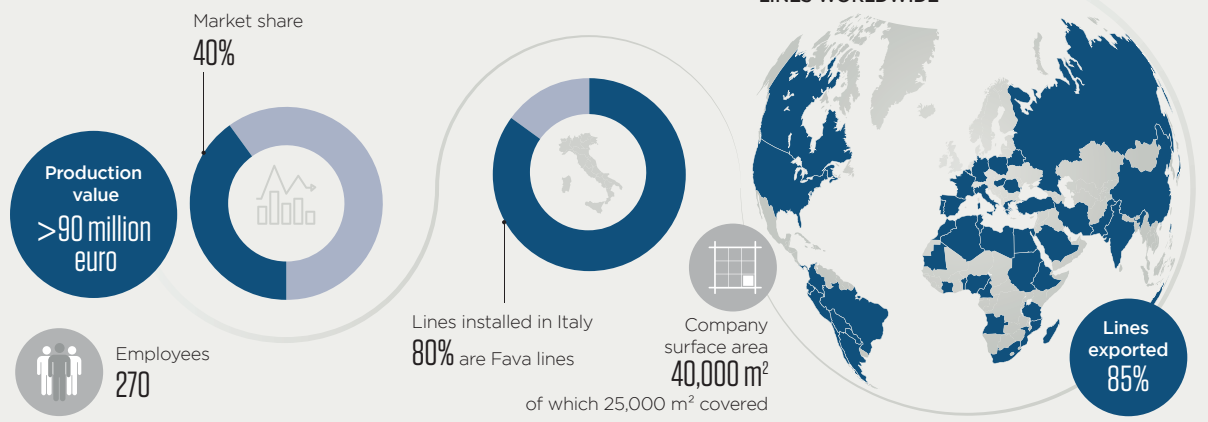
It has the most advanced laboratory equipment, where various dough-making tests can be carried out for the design of our lines.



HISTORY

- 1937**
The first continuous short-cut pasta dryer, called the shaker (trabatto) is created from Augusto Fava's idea.
- 1956**
Enrico Fava, Augusto's eldest son, enters the company. The Teless dryer is launched in the same year; one of Fava's most brilliant patents.
- 1973**
Now, it is the second generation's turn: Augusto leaves the company in the hands of his son Enrico in an exciting period thanks to the ATR technology.
- 1989**
Luigi Fava joins the company and in the same year the ITRG long-cut pasta drying line technology is launched; Fava's longest-lasting and highest-performing range of pasta lines.
- 2015**
The GPL 180 is presented to the public. A discovery destined to revolutionise pasta-making processes.

THE NUMBERS



LINES INSTALLED PER TYPE, LAST 20 YEARS



Contacts
FAVA S.p.A.

Via IV Novembre, 29
44042 Cento (FE) - Italy

info@fava.it

+39 051 6843411
switchboard

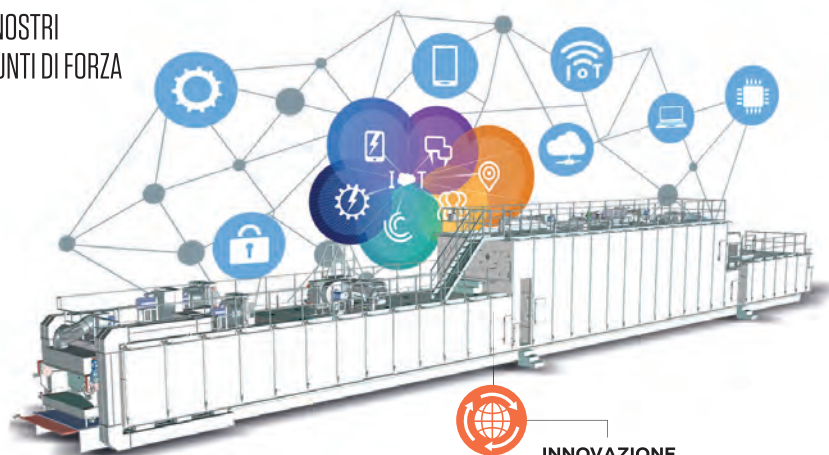
FOLLOW US ON
www.fava.it

SPECIALISTI DI IMPIANTI PER PASTIFICI

FAVA
impianti per pastifici



I NOSTRI PUNTI DI FORZA



SOLUZIONI PERSONALIZZATE

Accogliamo ogni necessità ci venga sottoposta, forti di 80 anni di esperienza, del supporto del laboratorio per i test tecnologici e del nostro servizio di ingegneria.

INNOVAZIONE CONTINUA

Realizziamo linee che migliorano la qualità del prodotto e aiutano le persone a gestire la produzione in modo semplice e flessibile.

TRAINING CENTER FAVA

Una vera e propria scuola di formazione per preparare tecnici, tecnologi, personale R&D alla produzione di pasta alimentare.

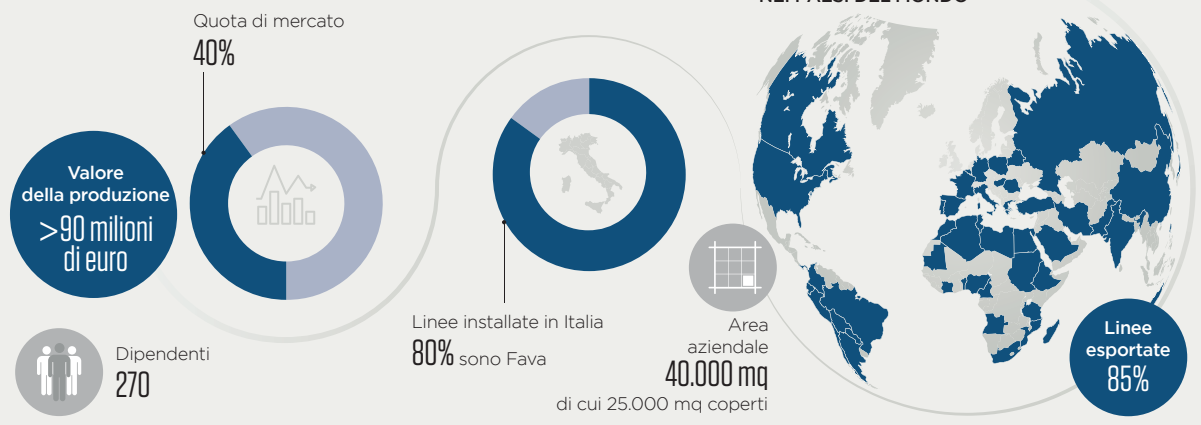
LABORATORIO QUALIFICATO R&D

È dotato delle più avanzate apparecchiature di laboratorio dove condurre i più svariati test di pastificazione per la progettazione delle nostre linee.

LA STORIA

- 1937**
Da un'idea di Augusto Fava, nasce il primo essiccatoio continuo per pasta corta, chiamato trabatto.
- 1956**
Enrico Fava, primogenito di Augusto, entra in azienda. Nello stesso anno, viene presentato l'essiccatoio Teless, uno dei brevetti più brillanti di Fava.
- 1973**
È il turno della seconda generazione, Augusto lascia l'azienda nelle mani del figlio Enrico ed è l'entusiasmante momento della tecnologia ATR.
- 1989**
Nell'anno in cui Luigi Fava entra in azienda, inizia la produzione della linea di essiccazione per pasta lunga ITRG, la più longeva e performante delle linee Fava.
- 2015**
Viene presentata al pubblico la GPL 180, un trovato destinato a rivoluzionare i processi di pastificazione.

I NUMERI



LINEE INSTALLATE PER TIPOLOGIA, ULTIMI 20 ANNI



Contatti
FAVA S.p.A.

Via IV Novembre, 29
44042 Cento (FE) - Italy

info@fava.it

+39 051 6843411
centralino

SEGUICI SU
www.fava.it



INDUSTRIAL TESTING LEADER

TRAINING AND EXAMINATION CENTRE



For over 30 years our team of expert technicians has been dedicated to providing a timely, efficient and quality non-destructive testing service for the industrial, aeronautical, petrochemical and nuclear sectors. The idea of creating FBR Control came from the many years of experience. It is an examination centre for education and training and certification of personnel.



Activities

- Training courses
- Exams
- Renewals
- Re-certification

Assistance and consultancy in the sectors

- Non-destructive testing
- Welding
- Brazing

FIELDS OF ACTIVITY



Petrochemical plants (refineries, oil and gas)



Pressure equipment



Industrial plants (steel works, foundries, structural steel works, heat-treating plants, incinerators, paper mills)



Cableways (cable cars, chair-lifts)



Nuclear sector



Lifting plants (overhead cranes, hoists, lifts)



Heating plants (boilers, heat exchangers, remote heating)



Transport (train, boat, motor vehicle, plane)



Thermoelectric plants



Aeronautical sector

ACKNOWLEDGEMENTS OBTAINED AS AN EXAMINATION CENTRE

- Italian Certification Centre for non-destructive testing - CICIPND (Examination Centre n.033/E)

- Bureau Veritas Certification Body (Examination Centre n. FB-001/PND/BVI)

- TUV AUSTRIA ITALY Certification Body (Examination Centre n. 03)

- Italian Aerospace Non-Destructive Testing Board - ITANDTB (Examination Centre n. ITA 015/CAE)



The education and training activities are performed at the Centre in Cogliate and at the client's establishment, on request.

INSTRUMENTATION

The constant technological innovation of our methods and equipment allows us to offer the most advanced applications for each individual method requested

INSTRUMENTS



Ultrasonic Test



Phased Array



Tofd



X-Ray/Digital/Radioscopy



Eddy Current



Magnetic Test



Visual Test



Leak Testing



Local Heat Treatment

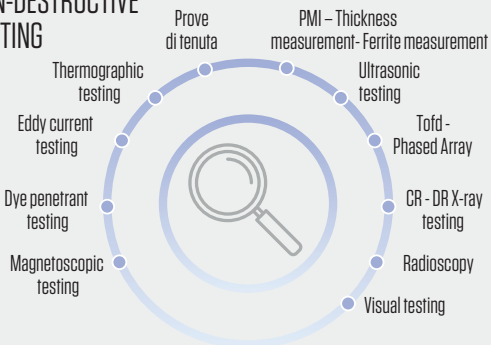


Pmi



Thermography

NON-DESTRUCTIVE TESTING



CONSULTANCY SERVICES

- Level 3 Welding and NDT
- Drawing-up WPQR - PQR - WPS - WPQ
- Consultancy regarding corrosion protection/Petrochemical sector

LABORATORY TESTS

- Mechanical tests

ASSEMBLY AND TESTING

- Liquid/air/gas valve testing
- Cryogenic tests
- Valves assembly
- Fire Safe

- Heat treatments

Contacts
FBR Control

Via delle Viole 8/10
20815 Cogliate (MB)

✉ info@fbrcontrol.com

+39 02 966 2740
Telephone

🌐 FOLLOW US ON
www.fbrcontrol.com

LEADER NEI CONTROLLI INDUSTRIALI

FORMAZIONE E CENTRO D'ESAME



Da oltre 30 anni il nostro gruppo di tecnici esperti si dedica a fornire un servizio tempestivo, efficiente e di qualità in materia di controlli non distruttivi per i settori industriale, aeronautico, petrolchimico e nucleare. Da questa esperienza pluriennale è nata l'idea di creare FBR Control, un centro d'esame atto alla formazione, addestramento e certificazione del personale



Le attività

- Corsi di qualificazione
- Esami
- Rinnovi
- Ricertificazioni

Assistenza e consulenza nei settori

- Controlli non distruttivi
- Saldatura
- Brasatura



I CAMPI DI ATTIVITÀ



Impianti petrolchimici
(raffinerie, olio e gas)



Apparecchi in pressione



Impianti industriali
(acciaierie, fonderie, carpenterie, trattamentisti, inceneritori, cartiere)



Impianti di risalita
(funivie, seggiovie)



Settore nucleare



Impianti di sollevamento
(carroponti, paranchi, ascensori)



Impianto di riscaldamento
(caldaie, scambiatori, teleriscaldamento)



Trasporti
(ferroviario, nautico, automobilistico, aereo)



Impianti termoelettrici



Settore aeronautico

RICONOSCIMENTI OTTENUTI COME CENTRO D'ESAME

- Centro Italiano di Certificazioni per prove non distruttive - CICIPND (Centro d'Esame n. 033/E)
- Ente di Certificazione Bureau Veritas (Centro d'Esame n. FB-001/PND/BVI)
- Ente di Certificazione TUV AUSTRIA ITALIA (Centro d'esame n. 03)
- Ente ITANDTB (Centro d'Esame n. ITA 015/CAE)



Le attività di formazione e addestramento sono svolte presso il Centro di Cogliate e, su richiesta, presso la sede del cliente

STRUMENTAZIONE

La costante innovazione tecnologica dei nostri metodi e delle nostre apparecchiature ci consente di offrire le applicazioni più evolute per ogni singola metodologia a noi richiesta

GLI STRUMENTI



Ultrasuoni



Phased Array



Tofd



X-Ray/Digitale/Radioscopia



Correnti indotte



Magnetico



Visivo



Rilevazione di fughe



Trattamenti termici localizzati

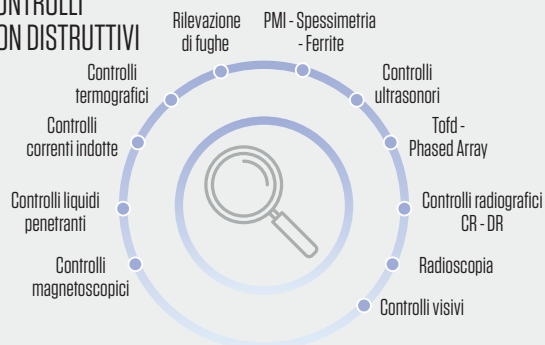


Pmi



Termografia

CONTROLLI NON DISTRUTTIVI



SERVIZI DI CONSULENZA

- Livello 3 Saldatura e NDT
- Stesura WPQR - PQR - WPS - WPQ
- Consulenza per anticorrosione/ Settore petrolchimico

ASSEMBLAGGIO E COLLAUDO

- Collaudo valvole liquido/aria/gas
- Prove criogeniche
- Assemblaggio valvole
- Fire safe

PROVE DI LABORATORIO

- Prove meccaniche
- Trattamenti termici

Contatti
FBR Control

Via delle Viole 8/10
20815 Cogliate
(MB)

info@fbrcontrol.com

+39 02 966 2740
Telefono

SEGUICI SU
www.fbrcontrol.com



STEAM TURBINES

THE STEAM TAKES POWER

FINCANTIERI
The sea ahead

Fincantieri has been designing and building steam turbines to the highest technical standards for over a century, to meet our clients' various application needs



Through our long experience, we can provide turnkey solutions according to the market requests



Our team of engineers performs feasibility studies and detailed ones to devise a customized solution around Client needs

OUR MILESTONES

PERFORMANCE RELIABILITY QUALITY

OUR PRODUCT RANGE

Fincantieri production covers the following steam turbine categories:

- Micro-generation
- Single-stage
- Multi-stage
- Overhung

STEAM TURBINE MODELS

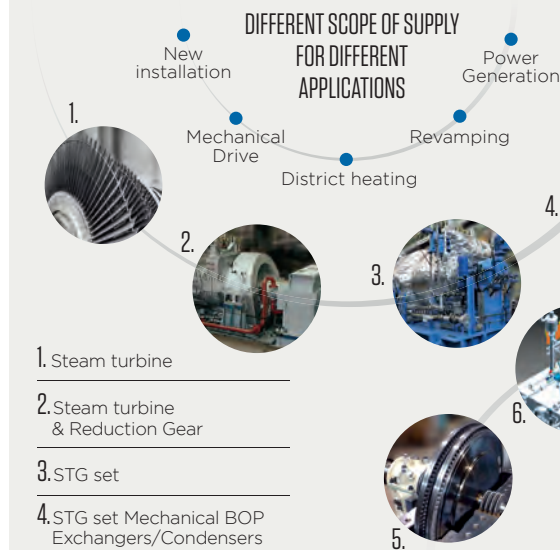
Power range

L	25 MW to 50 MW
M	10 MW to 25 MW
S	1 MW to 10 MW
XS	200 kW to 1 MW

THE POWER SYSTEMS

that we develop are used in many plant applications:

- Nautical
- Oil refineries
- Paper mills
- Sugar mills
- Petrochemical
- Waste-to-energy
- Biomass
- Cogeneration plants
- Food production
- Steel plants
- Cement plants



1. Steam turbine
2. Steam turbine & Reduction Gear
3. STG set
4. STG set Mechanical BOP Exchangers/Condensers



TAKING CARE OF OUR CUSTOMERS WORLDWIDE

5. Single-stage steam turbine
6. Microgeneration Steam turbine
7. Overhung Steam turbine
8. Complete Power Island

Contacts
Fincantieri

Headquarters
Via Genova, 1
34121 Trieste

tel +39 040 3193111
fax + 39 040 3192305

Steam turbines
Via Erasmo Piaggio, 161
16037 Riva Trigoso - Genova
infosteamturbines@fincantieri.it

tel. + 39 01854831
fax + 39 0185483393

FOLLOW US ON
in ▶ @

STEAM TURBINES

THE STEAM TAKES POWER

FINCANTIERI
The sea ahead

Da più di un secolo Fincantieri progetta e realizza turbine a vapore, costruite per rispondere ai più elevati standard tecnici e alle diverse esigenze applicative dei clienti



Grazie all'esperienza maturata ci proponiamo sul mercato come costruttori di soluzioni "chiavi in mano"



Mettiamo a disposizione un team di ingegneri che, attraverso studi di fattibilità e di dettaglio del progetto, arriva a definire una soluzione customizzata in funzione delle esigenze dei Clienti

I NOSTRI CAPISALDI

PERFORMANCE AFFIDABILITÀ QUALITÀ

LA NOSTRA GAMMA DI PRODOTTI

La produzione di Fincantieri copre le seguenti tipologie di turbine:

- Microgenerazione
- Monostadio
- Multistadio
- Rotore a sbalzo

MODELLI TURBINE A VAPORE

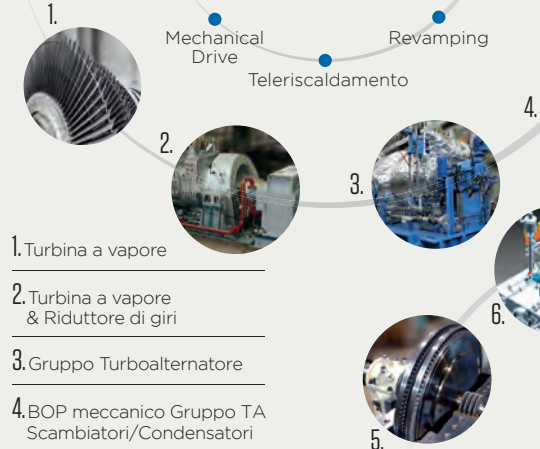
Range di potenza

L	da 25 MW a 50 MW
M	da 10 MW a 25 MW
S	da 1 MW a 10 MW
XS	da 200 kW a 1 MW

SVILUPPIAMO SISTEMI DI POTENZA che vengono installati in numerosi settori:

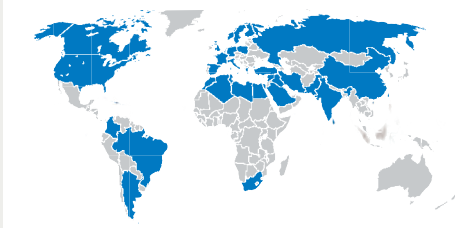
- Navale
- Raffinerie di petrolio
- Cartiere
- Zuccherifici
- Petrochimici
- Trattamento rifiuti
- Biomasse
- Cogenerazione
- Produzione alimentare
- Acciaierie
- Cementifici

DIVERSO SCOPO DI FORNITURA PER DIVERSE APPLICAZIONI POSSIBILI



1. Turbina a vapore
2. Turbina a vapore & Riduttore di giri
3. Gruppo Turboalternatore
4. BOP meccanico Gruppo TA Scambiatori/Condensatori

SUPPORTO COSTANTE AI NOSTRI CLIENTI NEL MONDO



5. Turbine a vapore monostadio
6. Turbine a vapore per la microgenerazione
7. Turbine a vapore con rotore a sbalzo
8. Isola di Potenza completa

Contatti
Fincantieri

Sede Centrale
Via Genova, 1
34121 Trieste

tel 040 3193111
fax 040 3192305

Turbine a Vapore
Via Erasmo Piaggio, 161
16037 Riva Trigoso - Genova
infosteamturbines@fincantieri.it

tel. 0185 4831
fax 0185 483393

SEGUICI SU





**SURFACE TREATMENT
INDUSTRIAL WASHING SYTEMS
WASHING FOR THIRD PARTIES**

FISMET SERVICE



Contacts
FISMET SERVICE

Via Dello Sport 9
20010 Cornaredo (MI)
Italy

info@fismet.it

+39-02-33.59.96.15
Telephone

www.fismet.it



PRODUZIONE DI IMPIANTI DI LAVAGGIO ULTRASUONI

PRODUZIONE IMPIANTI CO₂ E VAPORE SOVRASATURO

SPECIALISTI NEI SERVIZI DI LAVAGGIO CONTO TERZI

IMPIANTI UTILIZZABILI IN TUTTI I SETTORI PRODUTTIVI

- Automotive
- Medicale
- Elettronica
- Meccanica
- Aeronautica
- Alimentare
- Cosmetica
- Aerospaziale
- Farmaceutica



I NOSTRI PLUS

-  **ECOCOMPATIBILITÀ DI IMPIANTI E PROCESSI**
-  **SUPERPULIZIA-CAMERA BIANCA**
-  **CERTIFICAZIONE DEI PROCESSI**
-  **LABORATORIO PROVE**
-  **COSTANTI INVESTIMENTI NELLA RICERCA**
-  **CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ ISO 9001**

I VANTAGGI DEL LAVAGGIO CONTO TERZI

- CONSEGNA IN 2/3 GIORNI**
- RISULTATO COSTANTE SENZA SCARTI**
- PREZZO FISSO**
- NO RIFIUTI**
- NO ACQUISTO IMPIANTO**
- NO FERMI MACCHINA**



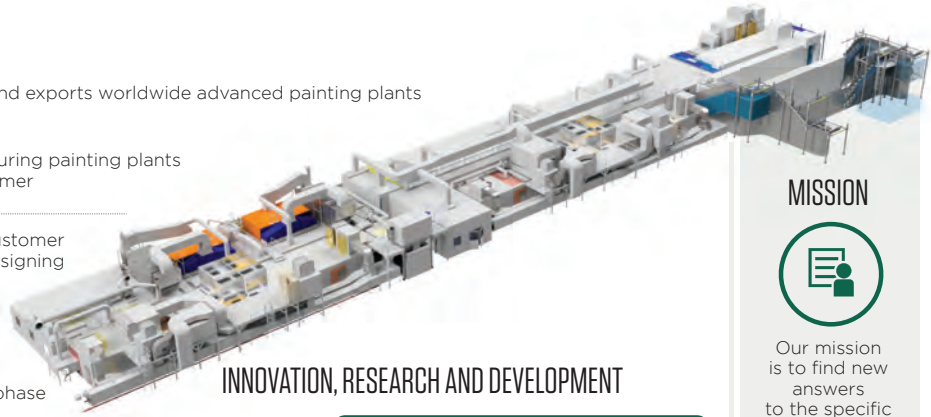
ADVANCED MACHINES AND TAILOR-MADE PLANTS FOR INDUSTRIAL PAINTING



PROJECTS

IMF Engineering manufactures and exports worldwide advanced painting plants
Strong points:

- 1 Designing and manufacturing painting plants that grow with the customer
- 2 Collaborating with the customer step-by-step from the designing to the start-up and commissioning of the plant
- 3 Customer assistance during early production phase so to optimize the plant utilization and to increase its output
- 4 Our philosophy is to put the experience in designing and manufacturing painting plants at the service of the customer in order to solve production problems and envision market developments



INNOVATION, RESEARCH AND DEVELOPMENT



Design and manufacturing of washing and painting plants as well as including heat treatment ovens for car brake components



The safety of a braking system comes from effective heat treatment of the friction material in special ovens, developed using advanced technologies



Both foodstuffs and automotive sector washing elements, requires skill and rigorous test phases



MISSION



Our mission is to find new answers to the specific needs of our customers. We are focused on energy saving and reduction of environmental impact



The perfect combination of managerial and technical skills, combined with the support of the best technological partners, allows us to achieve excellent results recognised globally

PRODUCTION



PROCESS ENGINEERING

Less energy consumption, less environmental impact, compliance with customer requirements and flexibility, thanks to great organisation and specialised skills



KNOWLEDGE OF CUSTOMER PRODUCTION SYSTEMS

Inspections of the production sites, allow our technicians to analyse specific customer needs, identify problems and find the best solution



INNOVATION WITH A HIGH AUTOMATION CONTENT

Equipment designed with progressive levels of automation allows the highest levels of quality and innovation to be attained



INSTALLATIONS

NORTH AMERICA

EUROPE

ASIA

SOUTH AMERICA

AFRICA

OCEANIA

REGISTERED OFFICE
Pero
(Milan)

PERO
Milan

Contacts
IMF Engineering

Via G. di Vittorio, 9
20016 Pero (MI) Italy

info@imfeng.eu

+39 0233910880
Telephone

www.imfeng.eu

FOLLOW US IN
imf-engineering

MACCHINE ALL'AVANGUARDIA E IMPIANTI SU MISURA PER LA VERNICIATURA INDUSTRIALE



PROGETTI

IMF Engineering realizza e esporta impianti di verniciatura avanzati in tutto il mondo
I punti di forza:

- 1 Pianificare e realizzare impianti di verniciatura che crescono insieme al cliente
- 2 Collaborare col cliente passo passo dalla progettazione fino alla messa in servizio dell'impianto
- 3 Assistenza personalizzata nelle prime fase di produzione, con l'obiettivo di ottimizzare l'utilizzo dell'impianto
- 4 La filosofia è quella di mettere l'esperienza aziendale al servizio del cliente per assisterlo nelle problematiche di produzione e prevedere gli sviluppi del mercato



INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO



Progettazione e realizzazione di impianti completi di lavaggio e verniciatura, arricchiti dai forni di trattamento termico per componenti frenanti dell'auto



La sicurezza di un sistema frenante deriva da un trattamento termico efficace del materiale di attrito in forni sviluppati con tecnologie di avanguardia



Il lavaggio di elementi ad utilizzo alimentare e per l'automotive richiede competenza e fasi di test rigorosi



MISSION



La mission è trovare nuove risposte alle esigenze dei clienti, in particolare il focus è su risparmio energetico e riduzione dell'impatto ambientale



La perfetta sintesi tra abilità di gestione e tecniche, combinate col supporto dei migliori partner tecnologici portano a risultati d'eccellenza mondiale

LA PRODUZIONE



INGEGNERIA DI PROCESSO

Meno consumo di energia, meno impatto ambientale, allineamento alle necessità del cliente e flessibilità grazie ad un'ottima organizzazione e a competenze specifiche



CONOSCENZA DEL CLIENTE

Ispezioni ai siti di produzione consentono ai tecnici di analizzare le esigenze del cliente, individuare i problemi e trovare la migliore soluzione



INNOVAZIONE AD ALTA AUTOMAZIONE

Apparecchiature progettate con livelli progressivi di automazione consentono di raggiungere i massimi livelli di qualità e innovazione



LE INSTALLAZIONI



Contatti
IMF Engineering

Via G. di Vittorio, 9
20016 Pero (MI) Italy

info@imfeng.eu

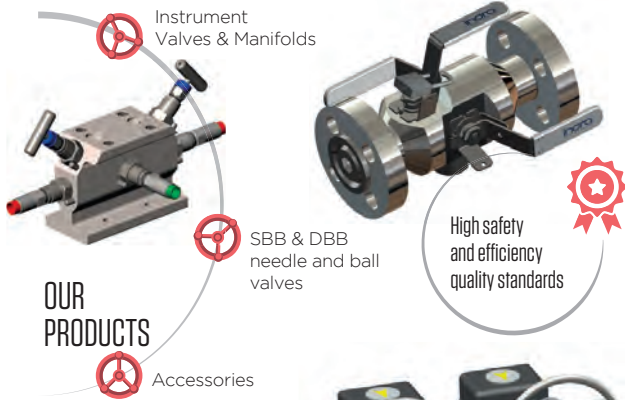
+39 0233910880
Telephone

www.imfeng.eu

FOLLOW US
imf-engineering



MANUFACTURERS OF DBB BALL AND NEEDLE TYPE VALVES, VALVES AND MANIFOLDS FOR INSTRUMENTS, INTERLOCKING MANIFOLDS FOR HIPPS SYSTEMS



High safety and efficiency quality standards

REGISTERED OFFICE

MAGENTA (MI)



3,000 m² of which 2,500 m² production area and offices

Recurring and special materials (Duplex, Super Duplex, Monel...)

CERTIFICATIONS

Our company is certified



FIRE SAFE ISO 10497 API 607 - API 6FA



FUGITIVE EMISSION EN ISO 15848 - 1



CE PED DIRECTIVE 2014 / 68 / EU



CRN - CANADA

THE DESTINATION AREAS

- Oil & Gas
- Petrochemical
- Off-Shore Platforms
- Energy
- Chemical
- Naval

INVESTMENTS

- In 2019 Indra inaugurated a new production area
- Vertical warehouse
- New machinery for increased production

OBJECTIVES

- Increase of production capacity
- Reduction in delivery times
- Greater competitiveness

INDRA PROJECTS REALISED WORLDWIDE:

- America
- Brazil
- Egypt
- United Arab Emirates
- Ghana
- Guyana
- Malaysia
- Mozambique
- Russia



SALES NETWORK
We are building our worldwide sales network



Contacts
Indra Valves & Controls S.r.l.

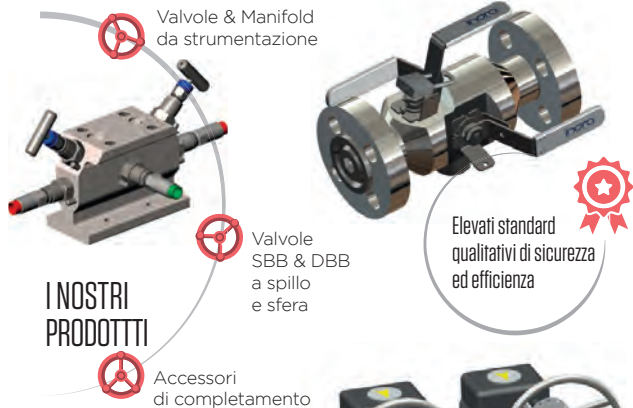
via Novara 10 / B-C
20013 - Magenta (MI)

indra@indra.it

+39 02.97298663
Telephone

FOLLOW US ON
www.indra.it

PRODUTTORI DI VALVOLE DBB A SFERA E A SPILLO, VALVOLE E MANIFOLD PER STRUMENTAZIONE, INTERLOCKING MANIFOLD PER SISTEMI HIPPS



I NOSTRI PRODOTTI

LA SEDE

MAGENTA (MI)



3.000 m²
di cui 2.500 m²
area produttiva e uffici

Materiali ricorrenti e speciali (Duplex, Super Duplex, Monel...)

CERTIFICAZIONI

La nostra azienda è certificata



FIRE SAFE ISO 10497
API 607 - API 6FA



FUGITIVE EMISSION
EN ISO 15848-1



CE PED DIRECTIVE
2014 / 68 / EU



CRN - CANADA

I SETTORI DI DESTINAZIONE

- Oil & Gas
- Petrochimica
- Piattaforme Off-Shore
- Energia
- Chimica
- Navale

INVESTIMENTI

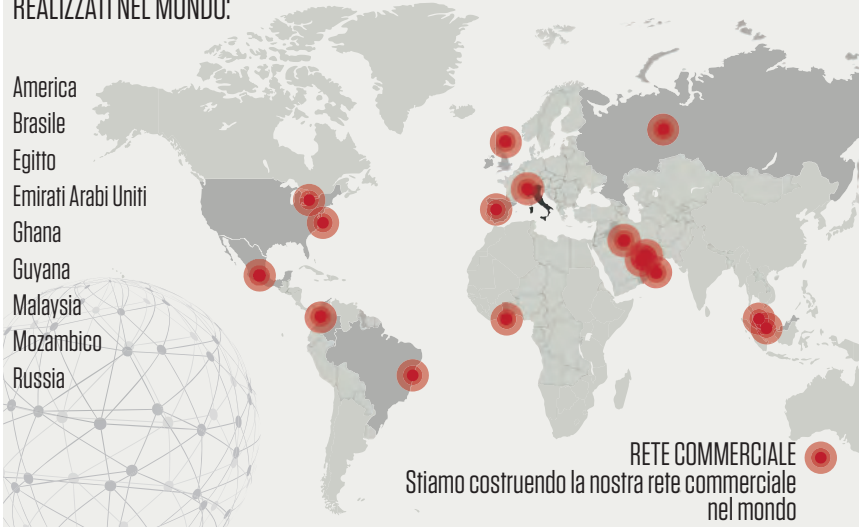
- Nel 2019 Indra ha inaugurato una nuova area produttiva
- Magazzino verticale
- Nuovi macchinari per l'incremento della produzione

OBIETTIVI

- Incremento della capacità produttiva
- Riduzione dei tempi di consegna
- Maggiore competitività

PROGETTI INDRA REALIZZATI NEL MONDO:

- America
- Brasile
- Egitto
- Emirati Arabi Uniti
- Ghana
- Guyana
- Malaysia
- Mozambico
- Russia



RETE COMMERCIALE
Stiamo costruendo la nostra rete commerciale nel mondo



Contatti
Indra Valves & Controls S.r.l.

via Novara 10 / B-C
20013 - Magenta (MI)

indra@indra.it

+39 02.97298663
Telefono

SEGUICI SU
www.indra.it



EXCELLENCE IN THE WELDING MARKET



Since 1950 INE produces and supplies a complete range of consumables and welding machines for professional use. Today it stands out in the manufacturing scene for having maintained production completely in Italy; from design to construction. This is an important feature that allows flexibility and customised solutions to be offered to customers.

STAR PRODUCTS

Filler materials



Wire (SOLID - SAW - FCW)



Electrodes



TIG rods

- C and C-Mn steels
- Stainless steels
- Hardfacing steels
- High-strength steel
- Creep-resistance steels
- Low temperature-resistant steels
- Aluminium alloys
- Repair and maintenance steels

Welding machines



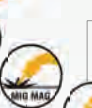
- Electronic
- Electromechanical
- Inverter



MMA



MIG/MAG Synergic Synergic pulsed



TIG AC/DC

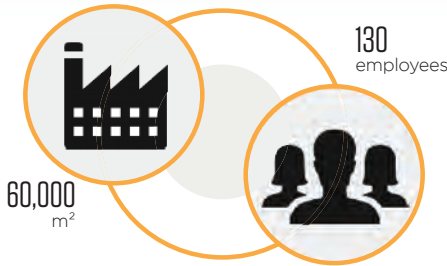


Submerged arc



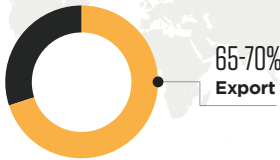
Plasma cutting

KEY FACTS



WORLDWIDE PRESENCE

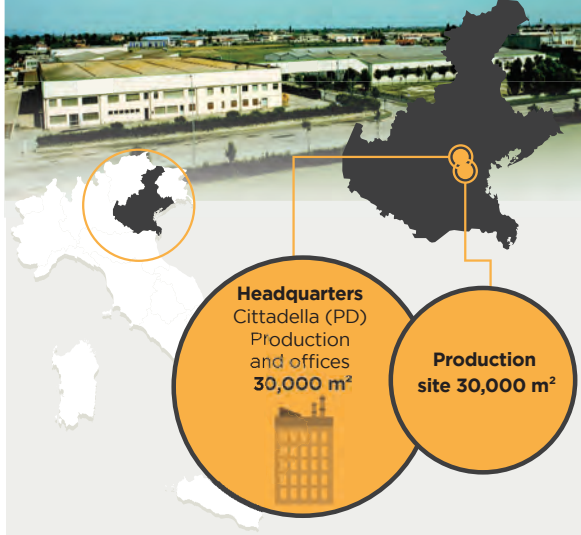
- Large distribution on international markets
- Consolidated presence in Europe
- Growth in emerging countries



OUR VALUES

- ◀ Made in Italy products
- ◀ Wide range of products
- ◀ High quality standards, constant through time
- ◀ Fast, and punctual deliveries
- ◀ Innovative technology
- ◀ Qualified staff
- ◀ Customer care
- ◀ Solid, dynamic and flexible organisation
- ◀ Ethics, professionalism and transparency

REGISTERED OFFICE



QUALITY AND SUSTAINABILITY

- Internal Research & Development Laboratory
- Constant investments in innovation
- Product and company quality certifications
- Investments in staff training courses

Our approach derives from a real desire to promote a pathway of growth compatible with environmental protection

We pay particular attention to the reduction of emissions and waste in the production processes.

We invest in research for development of new technologies with low environmental impact

Contacts
INE SpA

Via Facca 10
35013 Cittadella (PD)

ine@ine.it

049 9481111
Telephone

FOLLOW US ON
www.ine.it

L'ECCELLENZA NEL MERCATO DELLA SALDATURA



Dal 1950 INE produce e fornisce una gamma completa di consumabili e saldatrici per uso professionale. Oggi si distingue nel panorama manifatturiero per aver mantenuto la produzione interamente in Italia, dalla progettazione alla costruzione: una caratteristica importante che permette di garantire ai clienti flessibilità e soluzioni personalizzate.

PRODOTTI DI PUNTA

Materiali d'apporto



Filo (PIENO - SAW - FCW)

- Acciai C e C-Mn
- Acciai inox
- Riporti antiusura
- Acciai alta resistenza
- Acciai resistenti allo scorrimento viscoso



Elettrodi

- Acciai resistenti alle basse temperature
- Leghe di alluminio
- Acciai per la riparazione e la manutenzione



Bacchette Tig

Saldatrici



- Elettroniche
- Elettromeccaniche
- Inverter



MMA



MIG/MAG

Sinergico
Sinergico pulsato



TIG



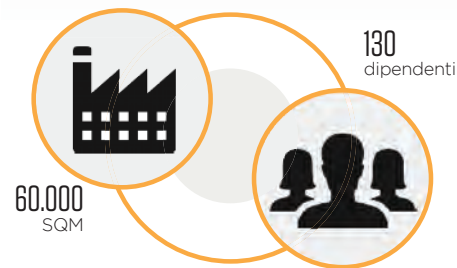
Arco sommerso



Taglio plasma

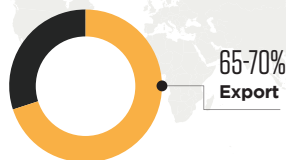
TIG
DC
AC/DC

KEY FACTS



PRESENZA GLOBALE

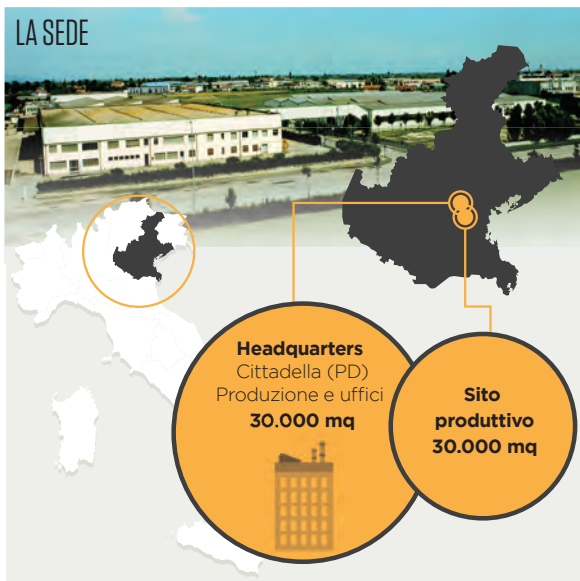
- Ampia distribuzione nei mercati internazionali
- Presenza consolidata in Europa
- Crescita nei paesi emergenti



I NOSTRI VALORI

- ▶ Produzione Made in Italy
- ▶ Ampia gamma di prodotti
- ▶ Elevati standard di qualità, costanti nel tempo
- ▶ Spedizioni veloci e puntuali
- ▶ Tecnologia innovativa
- ▶ Personale qualificato
- ▶ Customer care
- ▶ Organizzazione solida, dinamica e flessibile
- ▶ Eticità, professionalità e trasparenza

LA SEDE



QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ



Laboratorio di Ricerca&Sviluppo interno



Costanti investimenti in innovazione



Certificazioni di qualità di prodotto e aziendali



Investimenti in corsi di formazione per il personale



Il nostro approccio deriva da un reale desiderio di promuovere un percorso di crescita compatibile con la tutela dell'ambiente



Prestiamo particolare attenzione alla riduzione delle emissioni e degli scarti nei processi produttivi



Investiamo nella ricerca per lo sviluppo di nuove tecnologie a ridotto impatto ambientale

Contatti
INE SpA

Via Facca 10
35013 Cittadella (PD)

ine@ine.it

049 9481111
Telefono

SEGUICI SU
f y in
www.ine.it



KONECRANES GROUP

LIFTING BUSINESSES
SPECIALISTS

KONECRANES[®] DEMAG.....

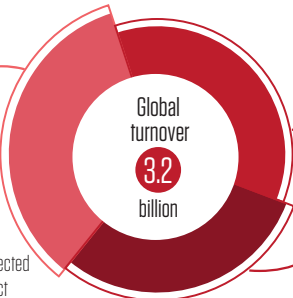


KONECRANES

110
years
of activity

600
locations
worldwide

50
Countries in which
it is present



36%
Service

Equipment connected
by TruConnect
Remote Monitoring

+19,000

16,100
employees

30%

Port Solutions
port cranes
and logistics cranes

34%

Industrial Equipment
bridge cranes
and special cranes



+600,000

equipment covered
by maintenance contracts

DEMAG



200 years
of activity



90 years
of presence in Italy



Main target areas

Aeronautics



General
and Mechanical
Manufacturing

Automotive
industry



Steelworks
and Metalworking

Waste
treatment



Paper mills
and cellulose

DONATI

1955

First chain hoists with OFD
(Officina Fratelli Donati) brand

2017

Donati joins
the Konecranes group

1930

The company F.lli Donati s.d.f
was founded in Castronno

1974

Donati Sollevamenti S.a.s
is born and the offer expands

2020

90 years of tradition
and innovation



DMK electric
chain hoists
with load capacity
up to 4,000 kg



Jib crane
with manual
and electric
rotation



DRH electric
rope hoists
with load
capacity
up to 50,000 kg



Bridge crane kit

DGT wheel
groups
and DGP
gearmotors



DSC
channel
profiles



Contacts

Konecranes
Demag Cranes & Components Srl
Donati sollevamenti Srl

Via Archimede, 45/47 20864 - Agrate Brianza (MB)
Via Archimede, 45/47 20864 - Agrate Brianza (MB)
Via S. Quasimodo, 17 20025 - Legnano (MI)

+39 031 763111 switchboard
+39 039 6553-1 switchboard
+39 0331 14811 switchboard

info.italia@
konecranes.com

GRUPPO KONECRANES



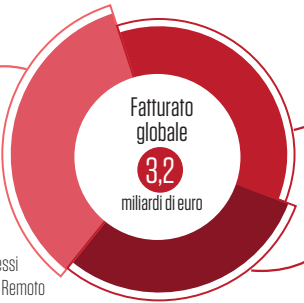
SPECIALISTI NEL CAMPO
DEL SOLLEVAMENTO

KONECRANES® DEMAG.....



KONECRANES

- 110 anni di attività
- 600 sedi nel mondo
- 50 Stati in cui è presente

36% Service

3,2 miliardi di euro

34% Industrial Equipment gru a ponte e speciali

Impianti connessi con il Monitoraggio Remoto TruConnect

+19.000

16.100 Dipendenti

+600.000 Impianti coperti da contratti di manutenzione

DEMAG

- 200 anni di attività
- 90 anni di presenza in Italia





Principali settori di destinazione

Aeronautica		Costruzioni meccaniche e manifatturiero
Industria automobilistica		Acciaierie e lavorazione metalli
Trattamento rifiuti		Cartiere e cellulosa

DONATI



1930 Nasce a Castronno la ditta F.lli Donati s.d.f

1955 Primi paranchi a catena con brand OFD (Officina Fratelli Donati)


1974 Nasce Donati Sollevamenti S.a.s e si amplia l'offerta

2017 Donati entra a far parte del gruppo Konecranes


2020 90 anni di tradizione e innovazione


Paranchi elettrici a catena DMK con portate fino a 4.000 kg




Gru a bandiera con rotazione manuale ed elettrica




Paranchi elettrici a fune DRH con portate fino a 50.000 kg



Kit gru a ponte



Gruppi ruota DGT e motoriduttori DGP



Impianti in canalina DSC

Contatti

Konecranes
Demag Cranes & Components Srl
Donati sollevamenti Srl

Via Archimede, 45/47 20864 - Agrate Brianza (MB)
Via Archimede, 45/47 20864 - Agrate Brianza (MB)
Via S. Quasimodo, 17 20025 - Legnano (MI)

+39 031 763111 centralino
+39 039 6553-1 centralino
+39 0331 14811 centralino

info.italia@konecranes.com

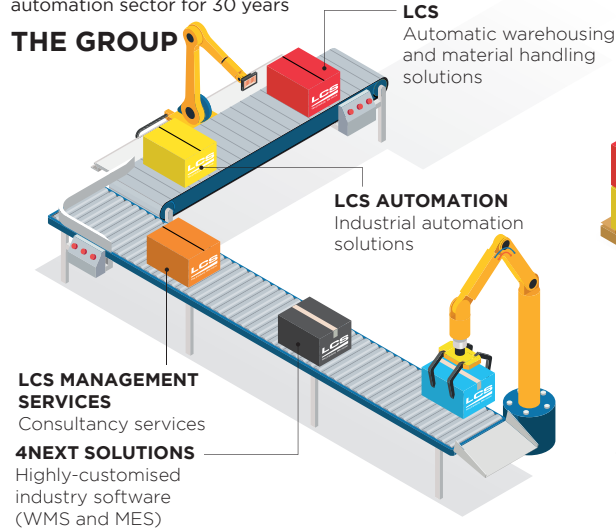


AUTOMATION AND INTEGRATION EXCELLENCE



LCS Group has been offering complete, integrated and cutting-edge solutions in the industrial automation sector for 30 years

THE GROUP



PLUS
LCS proprietary Software for efficient system management and automation worldwide



- +100 automation and software experts
- +200 satisfied customers
- +300 implemented projects

“WE DESIGN THE BEST SOLUTION TOGETHER”

 INTRALOGISTICS Automatic warehouses and tailor-made material handling systems	 INDUSTRIAL AUTOMATION Production processes, robotic lines, industrial electric plants	 AIRPORTS Software and hardware for baggage and cargo handling	 INDUSTRY SOFTWARE Tailor-made solutions for automatic and traditional warehouses	 SERVICE AND REFURBISHMENT Customised services for all system life cycle phases
---	---	---	--	--



- 2019**
LCS celebrates 30 years of activity
- 2018**
4NEXT Solutions is established, specialized in the Industry Software sector
- 2010**
LCS Automation is established for industrial automation solutions, with specialisation in the automotive sector
- 2007**
LCS presents itself on the market as system integrator
- 1999**
Logica Consulting & Solutions (LCS) is established, which acquires the automation branch from Logica
- 1990**
The company starts to operate in the logistics and automation sector
- 1989**
Gianfranco Silipigni establishes Logica Sas

LCS
creates solutions that return the highest added-value in different industrial sectors

“WE HAVE GONE SO FAR, TO CONTINUE BEYOND”
Customised solutions for +30 countries worldwide

LCS
is a partner to the customer and solves its problems thanks to proven work methods

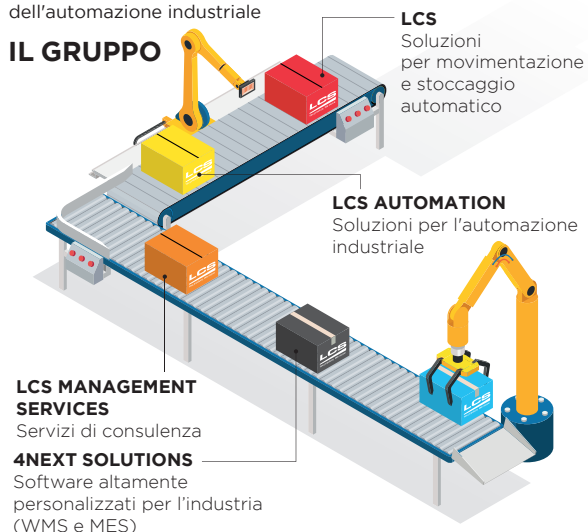


ECCELLENZA DI AUTOMAZIONE E INTEGRAZIONE



Da 30 anni LCS Group offre soluzioni complete, integrate e all'avanguardia nel settore dell'automazione industriale

IL GRUPPO



PLUS
Software proprietario LCS per la gestione di impianti realizzati in Italia e nel mondo



- +100 esperti di automazione e software
- +200 clienti soddisfatti
- +300 progetti realizzati

“INSIEME PROGETTIAMO LA MIGLIORE SOLUZIONE”

<p>INTRALOGISTICA</p> <p>Magazzini automatici e impianti di movimentazione merci su misura</p>	<p>AUTOMAZIONE INDUSTRIALE</p> <p>Processi produttivi, linee robotizzate, impianti elettrici industriali</p>	<p>AEROPORTI</p> <p>Componente hardware e software per l'handling di bagagli e cargo</p>	<p>SOFTWARE PER L'INDUSTRIA</p> <p>Soluzioni tailor-made per magazzini automatici e tradizionali</p>	<p>SERVICE E REVAMPING</p> <p>Servizi personalizzati per tutte le fasi di vita di un impianto</p>
---	---	---	---	--



- **2019**
LCS festeggia i 30 anni di attività
- **2018**
Nasce 4NEXT Solutions, specializzata in Software per l'industria
- **2010**
Nasce LCS Automation per soluzioni di automazione industriale, con specializzazione nel settore automotive
- **2007**
LCS si propone sul mercato come integratore di sistemi
- **1999**
Nasce Logica Consulting & Solutions (LCS), che acquisisce da Logica il ramo dell'automazione
- **1990**
L'azienda inizia a operare nel settore della logistica e dell'automazione
- **1989**
Gianfranco Silipigni fonda Logica Sas

LCS
crea soluzioni in grado di restituire il massimo del valore aggiunto, in diversi settori industriali

“SIAMO ANDATI COSÌ LONTANO, PER PROSEGUIRE OLTRE”

Soluzioni personalizzate per +30 Paesi nel mondo

LCS
è partner del cliente e risolve i suoi problemi grazie a metodologie collaudate di lavoro

- Aeroporti
- Alimentare
- Automotive
- Chimico farmaceutico
- Distribuzione
- Manifatturiero



L'OBIETTIVO PER IL PRESENTE E PER IL FUTURO

Espansione all'estero attraverso partner affidabili presenti sul territorio

Contatti
LCS S.p.a.

Via Bernini, 30
Usmate Velate (MB)

info@lcsgroup.it

+39 039.6755901
centralino



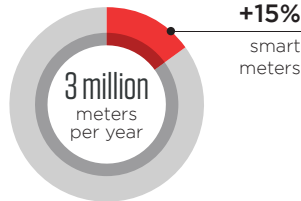


SPECIALIZING IN THE PRODUCTION OF WATER MEASURING INSTRUMENTS



Independent company for four generations

100 YEARS OF WATER METERS:
from mechanical meters to smart meters for modern connected cities



28 certified benches for metrological verification (DN 15 to DN 400 mm)

State-of-the-art integrated logistics for better customer service



Production in Italy and Germany with highly automated 4.0 lines

Accredited laboratory **ACCREDIA**

150 employees

HISTORY

- 1919** Foundation and distribution of the meters of the Schinzel company in Vienna
- 1932** Development of proprietary product line and subsequent implementation of production lines
- 1950** Consolidation of the product range and expansion of activities abroad
- 1993** Horizontal factory transformation and Europe's first fully automated line for the production of water meters
- 1995** Introduction of the first meter reading systems
- 2007** Entry into the market of thermal energy meters
- 2015** "Connecting" to the IoT world with new smart meters
- 2019** Expansion of the plant and new automated lines

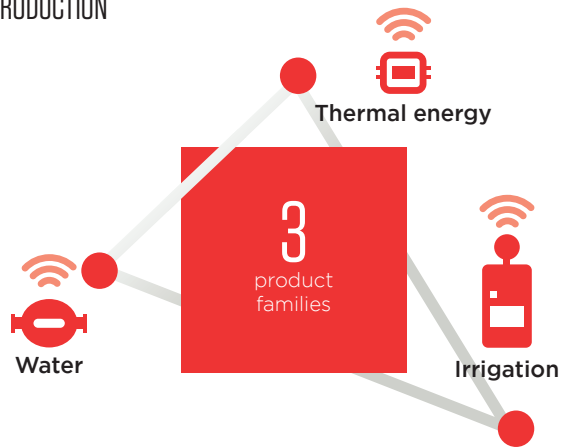
COMPANY CERTIFICATIONS

- ISO 9001
- ISO 14001
- ISO 27001

ASSOCIATIONS



PRODUCTION



All 3 offer state-of-the-art systems for remote data transmission (Systems range)

Maddalena meters help utilities and the submetering market thanks to:

Features in line with recent European directives (metrological and health)

Measurement efficiency up to **+15%** compared to old meters

Flexibility in remote data communication with both mobile and fixed network reading systems

Real-time communication of leaks and anomalies

Optimization of distribution networks

Energy saving

Contacts
Maddalena S.p.A.

via G. B. Maddalena, 2/4
33040 Povoletto (UD), Italy

www.maddalena.it

+39 0432 634811

FOLLOW US ON

SPECIALIZZATI NELLA PRODUZIONE DI STRUMENTI DI MISURA DELL'ACQUA

maddalena[®]
METERING EXPERTISE

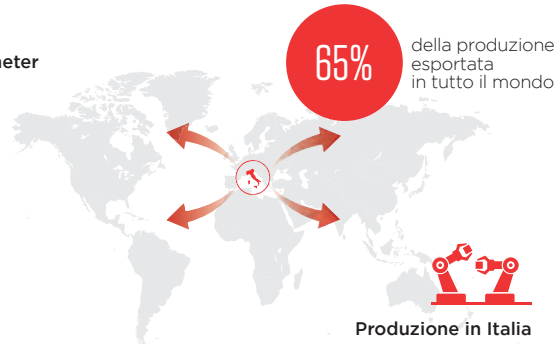
Azienda indipendente alla quarta generazione

100 ANNI DI CONTATORI ACQUA:
dai contatori meccanici agli smart meter
per le moderne città connesse



28 stazioni di verifica
metrologica certificate
(da DN 15 a DN 400 mm)

Logistica integrata
all'avanguardia
per un miglior
servizio al cliente



**Produzione in Italia
e Germania**
con linee altamente
automatizzate 4.0

Laboratorio
accreditato
ACCREDIA

150
dipendenti



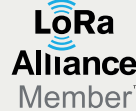
LA STORIA

- 1919**
Fondazione e distribuzione
dei contatori della ditta
Schinzel di Vienna
- 1932**
Sviluppo linea di prodotti
proprietary e successiva
implementazione
di linee produttive
- 1950**
Consolidamento
della gamma prodotti
ed espansione delle attività
all'estero
- 1993**
Trasformazione a fabbrica
orizzontale e prima linea
completamente automatizzata
d'Europa per la produzione
di contatori acqua
- 1995**
Introduzione del primo sistema
di lettura dei contatori via radio
- 2007**
Ingresso nel mercato
dei misuratori di energia
termica
- 2015**
"Collegamento" al mondo
IoT con i nuovi smart meter
- 2019**
Ampliamento dello
stabilimento e nuove linee
automatizzate

CERTIFICAZIONI AZIENDALI



ASSOCIAZIONI



LA PRODUZIONE



I contatori Maddalena aiutano gli enti gestori e il mercato submetering grazie a:

- Caratteristiche in linea
con le recenti direttive europee**
(metrologiche e sanitarie)
- Efficienza della misura fino a + 15%**
rispetto ai vecchi contatori
- Flessibilità nella comunicazione dati
in remoto** sia con sistemi
di lettura mobili che a rete fissa
- Comunicazione in tempo reale**
di perdite e anomalie
- Ottimizzazione delle reti
di distribuzione**
- Risparmio energetico**

Contatti
Maddalena S.p.A.

via G. B. Maddalena, 2/4
33040 Povoletto (UD)

www.maddalena.it

+39 0432 634811

SEGUICI SU
in



SINCE 1956 SPECIALISTS IN AIR CONDITIONING, HEATING AND AIR TREATMENT

**OLIMPIA
SPLENDID**
HOME OF COMFORT

Olimpia Splendid is an Italian company that stands out in the design, production and marketing of air comfort solutions

CORE PRODUCTS

Bi2

Ultra-slim, energy-efficient fan coils, measuring only 129 mm deep, that ensure the ideal home temperature throughout the year



UNICO
Senza unità esterna

Air conditioners without outdoor unit to cool the house, while maintain the aesthetics of the buildings. Designed in Italy



SHERPA
AQUADUE

Multi-purpose heat pumps that - simultaneously - cool, heat and produce domestic hot water up to 75°C. Maximum independence, maximum efficiency



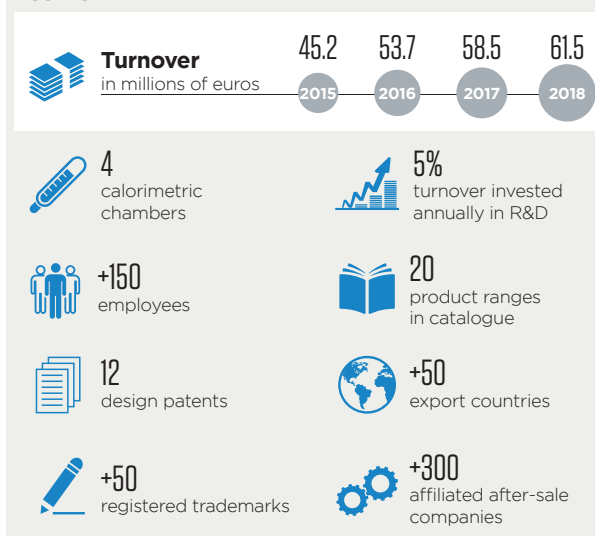
LOCATIONS AROUND THE WORLD



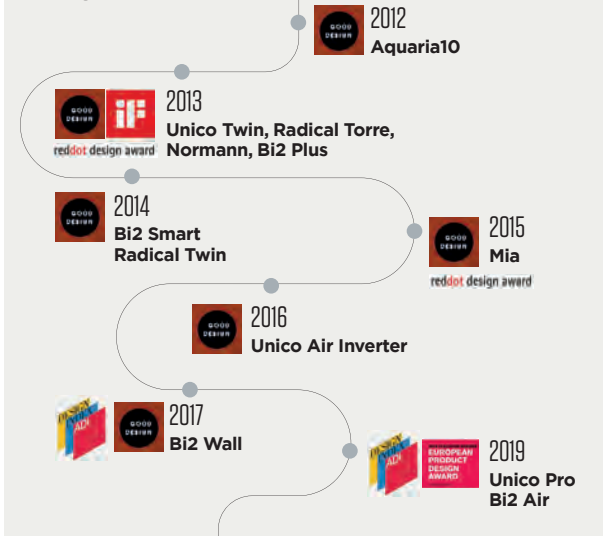
HISTORY

- 1956**
Olimpia Splendid is founded as a manufacturer of heating stoves and gas-, wood- and coal-fired cookers
- 1980**
First investments in air conditioning and positioning as a heating specialist
- 1990**
Olimpia Splendid begins its international expansion
- 1999**
Patent filing of Unico, the air conditioner without outdoor unit
- 2019**
As part of a capital increase initiative, Olimpia Splendid welcomes Alto Partners SGR as a minority shareholder and acquires an Australian distributor. The company's sixth foreign branch is opened in Melbourne


FIGURES




AWARDS



Contacts
Olimpia Splendid S.p.A.

 **Via Industriale 1/3**
25060 Cellatica (BS) - Italy

 info@olimpiasplendid.it

SEGUICI SU
  

DAL 1956 SPECIALISTI DELLA CLIMATIZZAZIONE, DEL RISCALDAMENTO E DEL TRATTAMENTO ARIA

OLIMPIA SPLENDID
HOME OF COMFORT

Olimpia Splendid è un'azienda italiana che si distingue nella progettazione, produzione e commercializzazione di soluzioni per il comfort dell'aria

PRODOTTI CORE

Bi2

I ventilradiatori e ventilconvettori ultraslim e a basso consumo energetico che consentono di gestire il comfort climatico di tutto l'anno in soli 129 mm di spessore



UNICO

Senza unità esterna

I climatizzatori senza unità esterna, dal design made in Italy, per rinfrescare la casa tutelando l'estetica di facciate e spazi all'aperto



SHERPA

AQUADUE

Le pompe di calore polivalenti che, contemporaneamente, rinfrescano/riscaldano e producono acqua calda sanitaria fino a 75°C, in modo autonomo e con la massima efficienza.



SEDI NEL MONDO



STORIA

1956

Anno di fondazione. Le prime produzioni riguardano stufe e cucine a gas, legna o carbone

1980

Primi investimenti nella climatizzazione e posizionamento come azienda specialista del riscaldamento

1990

Olimpia Splendid inizia ad espandersi sui mercati internazionali

1999

Deposito brevetto di Unico, il climatizzatore senza unità esterna

2019

Aumento di capitale con l'ingresso di Alto Partners SGR come socio di minoranza e acquisizione del distributore australiano con apertura della sesta filiale estera

NUMERI



4 camere calorimetriche

5% fatturato investito ogni anno in R&D

+150 dipendenti

20 gamme prodotto nel nostro catalogo

12 brevetti di design

+50 paesi export

+50 marchi registrati

+300 aziende affiliate post vendita

PREMI E RICONOSCIMENTI

2012 **Aquaria10**

2013 **Unico Twin, Radical Torre, Normann, Bi2 Plus**

2014 **Bi2 Smart Radical Twin**

2015 **Mia**

2016 **Unico Air Inverter**

2017 **Bi2 Wall**

2019 **Unico Pro Bi2 Air**

Contatti
Olimpia Splendid S.p.A.

Via Industriale 1/3
25060 Cellatica (BS)

info@olimpiasplesndid.it

+39 030 3195333
Call center

SEGUICI SU
in f



SPECIALISTS IN THE PRODUCTION OF COMPONENTS FOR PLANTS

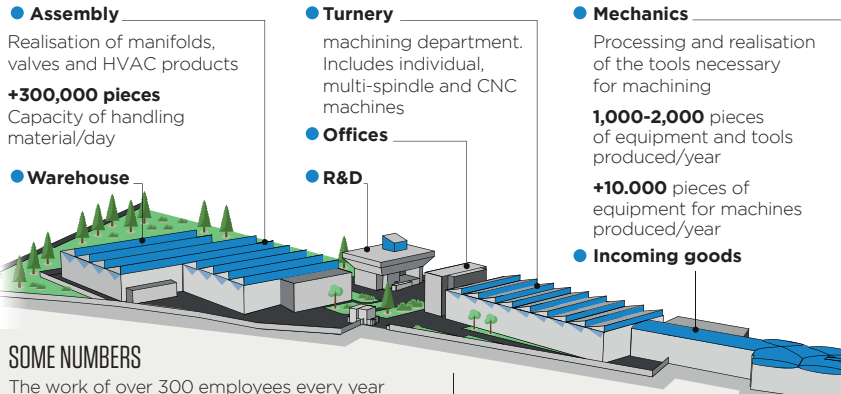


EVERYDAY, CLOSE TO YOUR BUSINESS

COMPANY SECTORS



THE PRODUCTION PLANTS



SOME NUMBERS

The work of over 300 employees every year

+20,000,000
finished products

+90,000,000
pieces handled

+7,000
pallets shipped

+150
containers shipped

+400
Handling operations with lifting trucks/day

70,000
Finished products
Daily production capacity

QUALITY OF THE PRODUCTS AND COMPLIANCE WITH INTERNATIONAL STANDARDS

The system certifications obtained

ISO 9001

ISO 50001

ISO 14001

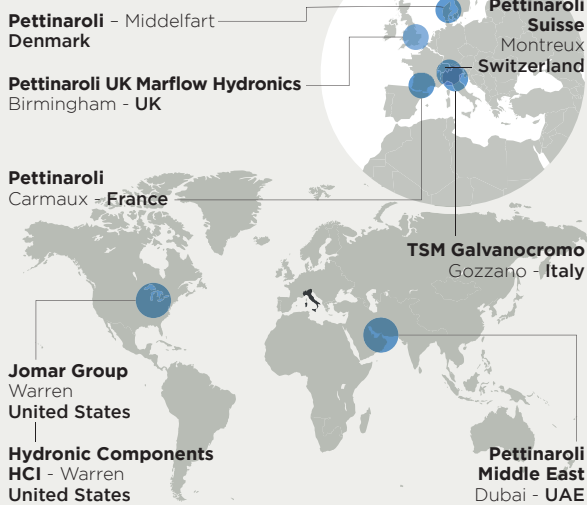
OQC registration

+16
product certifications

HISTORY

- 1938**
Brothers Giuseppe and Mario Pettinaroli start a small enterprise making bronze and brass valves and components
- 1945**
After the stop caused by World War 2, the foundry was opened and the first employees taken on
- 1970**
The new establishment measuring 10,000 m² is inaugurated.
- 1990**
The internationalisation process begins
- 2019**
In spite of the passing of the founders, the company is solid with a brand name that is established and recognised in over 60 countries worldwide

REGISTERED OFFICES WORLDWIDE



GREEN FACTORY

The numbers of the photovoltaic plant (active since 2010)



Kwh produced
450,000
Kwh/year

100%

Emission-free
for internal transport of material



Barrels of oil saved
250
barrels/year

100%

Use of packaging in **recyclable materials**



Trees preserved
1,850
trees/year

85%

Domestic hot water of the establishment produced via solar panels



Co₂ avoided
280,000 T
Co₂/year

50%

Electricity in the establishment produced by the **photovoltaic panels**

Contacts

Fratelli Pettinaroli S.p.a.



Via Pianelli 38
28017 San Maurizio d'Opaglio (NO)



info@pettinaroli.com



+39 0322.96217
Telephone

FOLLOW US ON

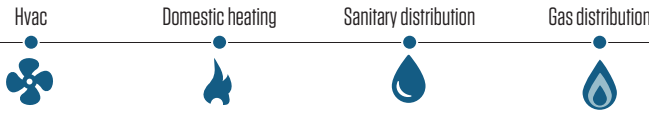


SPECIALISTI NELLA PRODUZIONE DI COMPONENTI PER IMPIANTI

PETTINAROLI GROUP
EVERYDAY, CLOSE TO YOUR BUSINESS



SETTORI AZIENDALI



GLI IMPIANTI DI PRODUZIONE

● Assemblaggio

Realizzazione di collettori, valvole e prodotti HVAC

+300.000 pezzi

Capacità di movimentazione materiale/giorno

● Magazzino

● Torneria

Comprende macchine singole, multimandrino e CNC

● Uffici

● R&D

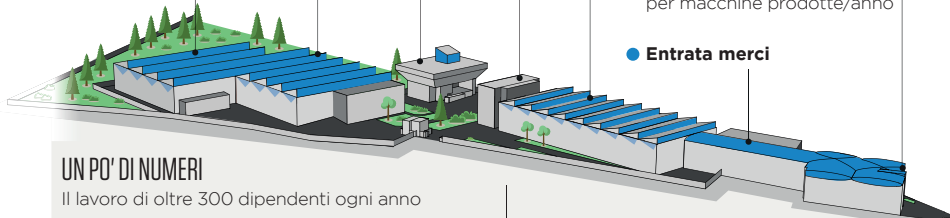
● Meccanica

Elaborazione e realizzazione degli utensili necessari alla lavorazione

1.000-2000 attrezzature e utensili prodotti/anno

+10.000 attrezzature per macchine prodotte/anno

● Entrata merci



UN PO' DI NUMERI

Il lavoro di oltre 300 dipendenti ogni anno

+20.000.000
prodotti finiti

+90.000.000
pezzi movimentati

+7.000
pallet spediti

+150
container spediti



+400

Movimentazioni con carrelli elevatori/giorno

70.000

Prodotti finiti

Capacità di produzione al giorno

QUALITÀ DEI PRODOTTI E CONFORMITÀ AGLI STANDARD INTERNAZIONALI

Le certificazioni di sistema ottenute

ISO 9001

ISO 50001

ISO 14001

Registrazione
QQC

+16

certificazioni di prodotto

LA STORIA

1938

I fratelli Giuseppe e Mario Pettinaroli avviano una piccola manifattura di valvole e componentistica in bronzo e ottone

1945

Dopo lo stop causato dalla guerra viene aperto il reparto fonderia e assunti i primi dipendenti

1970

Viene inaugurato il nuovo stabilimento di 10.000 metri quadrati. I figli di Mario entrano in azienda

1990

Prende il via il processo di internazionalizzazione

2019

Nonostante la scomparsa dei fondatori, l'azienda oggi è solida e con un brand riconosciuto e affermato in oltre 60 Paesi nel mondo

LE SEDI NEL MONDO

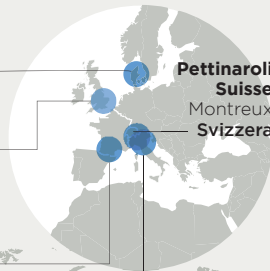
Pettinaroli - Middelfart
Danimarca

Pettinaroli UK Marflow Hydraulics
Birmingham - UK

Pettinaroli
Carmaux - Francia

Jomar Group
Warren
Stati Uniti

Hydronic Components HCl - Warren
Stati Uniti



Pettinaroli Suisse
Montreux
Svizzera

TSM Galvanocromo
Gozzano - Italia

Pettinaroli Middle East
Dubai - UAE

GREEN FACTORY

I numeri dell'impianto fotovoltaico (attivo dal 2010)



Kwh prodotti
450.000
Kwh/anno

100%

Emission-free
per i trasporti interni di materiale



Barili petrolio risparmiati
250
barili/anno

100%

Utilizzo del packaging in **materiali riciclabili**



Alberi preservati
1.850
alberi/anno

85%

Acqua calda sanitaria dello stabilimento prodotta con pannelli solari



Co₂ evitata
280.000 †
Co₂/anno

50%

Energia elettrica dello stabilimento prodotta dai **pannelli fotovoltaici**

Contatti

Fratelli Pettinaroli S.p.a.



Via Pianelli 38
28017 San Maurizio d'Opaglio (NO)



info@pettinaroli.com



+39 0322.96217
Telefono

SEGUICI SU





SPECIALISTS IN THE PRODUCTION OF ELECTRIC PUMPS



PRODUCTS

- Self-priming
- Normalized and in-line
- Draining
- Single-impeller centrifugal
- Multi-stage centrifugal
- Submersible
- Vertical multi-stage
- Peripherals
- Waste water
- Accessories
- Inverter and electric control panel
- Automatic booster sets

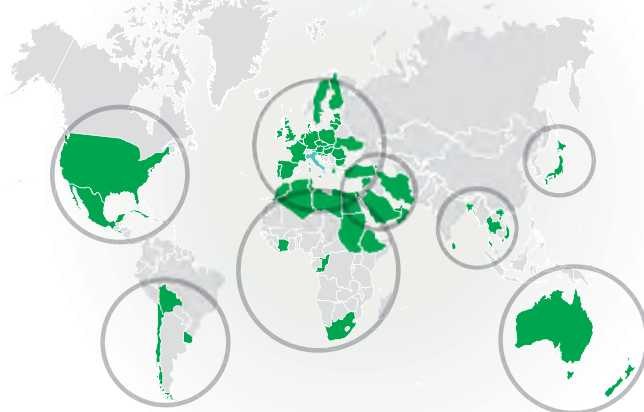
APPLICATIONS

HISTORY

- 1990**
The Berlose family establishes Sea-Land in Torreglia (PD).
- 1992**
The company starts its own production, specialising in surface and draining pumps.
- 2001**
Export reaches 98% of the revenue.
- 2016**
A new research and development centre is inaugurated, measuring over 3,800 m².
- 2018**
ISO 9001 / UNI EN ISO 9001: 2015 certification is obtained.

EXPORT AREAS

Sea-Land, leader in the sector, exports its pumps to over 60 countries worldwide.



OEM - INDUSTRIAL APPLICATION

IN-LINE **BSN**

PATENTS

VENEZIA
Design patent
N° 294970

ONDINA 50
International patent
N° IT1315401

CERTIFICATIONS



Contacts
Sea-Land Srl

Via E. Mattei, 25
35038 Torreglia (PD)
Italy

✉ info@sea-land.it

☎ +39 049 5212944
switchboard

FOLLOW US ON

www.sea-land.it














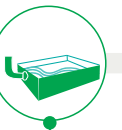
SPECIALISTI NELLA PRODUZIONE DI ELETTROPOMPE



PRODOTTI

- Autoadescanti
- Normalizzate e In-Line
- Drenaggio
- Centrifughe monogiranti
- Centrifughe multistadio
- Sommerse
- Multistadio ad asse verticale
- Periferiche
- Acque sporche
- Accessori per elettropompe
- Inverter e quadri di controllo e comando
- Gruppi di pressurizzazione automatici

APPLICAZIONI

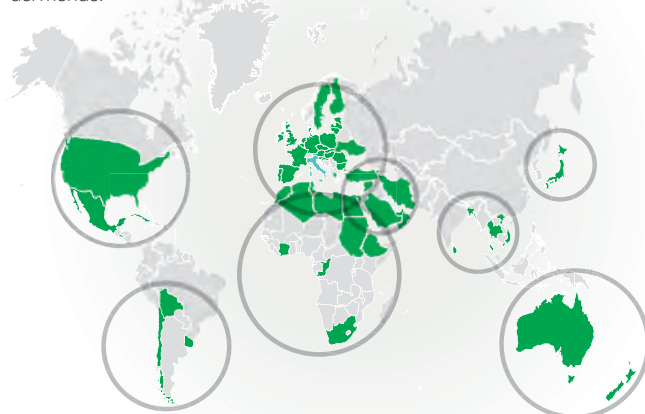
 Fontane e giochi d'acqua	 Distribuzione e riciclo di impianti civili	 Gruppi di pressurizzazione	 Lavaggi con getto d'acqua	 Montaggio in macchine industriali	 Impianti di raffreddamento, condizionamento e circolazione	 Impieghi in pozzi
 Irrigazione agricola	 Piccola irrigazione	 Prosciugamento di ambienti allagati e pozzetti di raccolta	 Impianti di sollevamento acque nere e fosse biologiche	 Riciclo d'acqua in impianti industriali	 Riempimento per accumulo	 Svuotamento di vasche e piscine

STORIA

- 1990**
A Torreglia (PD), la famiglia Berlose fonda la Sea-Land.
- 1992**
L'azienda inizia la propria produzione, specializzandosi in elettropompe di superficie e da drenaggio.
- 2001**
L'esportazione raggiunge il 98% dei ricavi.
- 2016**
Viene inaugurato il nuovo centro di ricerca e sviluppo, di oltre 3.800 m².
- 2018**
Viene conseguita la certificazione ISO 9001 / UNI EN ISO 9001: 2015

AREE DI ESPORTAZIONE

Sea-Land, leader nel settore, esporta le proprie pompe in oltre 60 paesi del mondo.



OEM - APPLICAZIONE PESANTE

IN-LINE



BSN



BREVETTI



VENEZIA
Brevetto di progettazione
N° 294970

ONDINA 50
Brevetto internazionale
N° IT1315401



CERTIFICAZIONI



Contatti
Sea-Land Srl

Via E. Mattei, 25
35038 Torreglia (PD)
Italy

info@sea-land.it

+39 049 5212944
centralino

SEGUICI SU
www.sea-land.it



TEST, MEASUREMENT AND RESEARCH INSTITUTE



Tecnolab del Lago Maggiore Srl is a test, measurement and research institute situated in Verbania (VB). Tecnolab is a multidisciplinary Accredia accredited laboratory, which ensures impartiality and technical expertise for the benefit of the enterprises

OUR NUMBERS

2,200 M²
internal space

20,000 M²
external space

720
projects performed per year

12
national and international research projects

130
accredited tests and test methods

1,250
laboratory instruments and equipment

16
resources employed

6
graduates

10
high-school graduates



550 active customers
(in the last 3 years)

+30%
Increase in turnover
(in the last 2 years)

Participation in international technical committees and inter-laboratory circuits and partnerships in the entire world

Approx 2,000 hours
of training per year

HISTORY

- 1996**
Tecnolab was established as the Tecnoparco laboratory
- 2005**
Tecnolab of Lago Maggiore Srl was established
- 2008**
Tecnolab extends its range of action outside the local territory. All of the instruments were re-modernised
- 2014**
An innovative acoustic chamber and new test methods, mainly in the hydraulic field, are introduced
- 2016**
Acquisition of the Nanoireservice laboratory (nanotechnologies)
- 2017**
Acquisition of the Tecnogrande EMC laboratory (automotive)

CERTIFICATIONS

Tecnolab's main activity is the execution of tests aimed at verifying conformity with the CE marking.

FCC
Usa

CEIR
European Union

INDUSTRY CANADA IC
Canada

SASO
Saudi Arabia

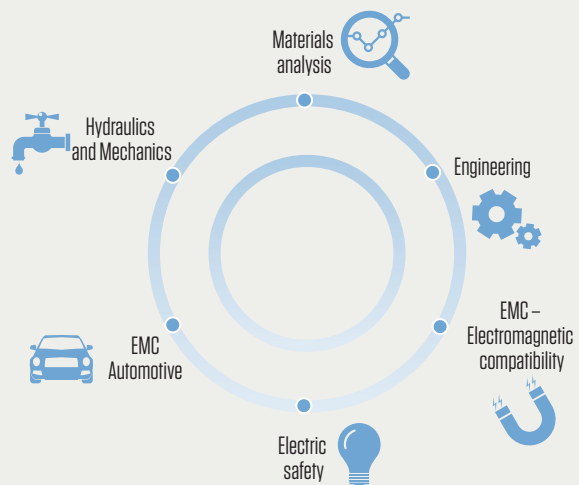
DVGW
Germany

ETA DANMARK
Denmark

CSA
Canada

SINTEF
Norway

THE TECNOLAB LABORATORIES



Contacts

Tecnolab del Lago Maggiore Srl

Via dell'Industria, 20
28924 Verbania
Fondotoce (VB)

info@tecnolab.name

+39 0323.586514
Telephone

FOLLOW US ON

www.tecnolab.name



Tecnolab del Lago Maggiore Srl è un istituto di prove, misure e ricerche e situato a Verbania (VB). Tecnolab è un laboratorio multidisciplinare accreditato Accredia, che costituisce una garanzia di imparzialità e competenza tecnica a beneficio delle aziende

I NOSTRI NUMERI

2.200 M²
di spazio interno

20.000 M²
di spazio esterno

720
progetti per anno
eseguiti

12
progetti di ricerca
nazionali ed internazionali

130
prove e metodi
di test accreditati

1.250
strumenti ed attrezzature
di laboratorio

16
risorse
impegnate

6
laureati

10
diplomati



550 clienti
attivi
(negli ultimi 3 anni)

+30%
Aumento di fatturato
(negli ultimi 2 anni)

Partecipazione
a comitati tecnici
internazionali e circuiti
interlaboratorio
contatti e partnership
in tutto il mondo

Circa
2.000 ore
di formazione
per anno

LA STORIA

- 1996**
Nasce Tecnolab come laboratorio del Tecnoparco
- 2005**
Nasce Tecnolab del Lago Maggiore Srl
- 2008**
Tecnolab estende il suo raggio d'azione al di fuori del territorio locale. Viene riammodernata tutta la strumentazione
- 2014**
Viene introdotta una camera acustica innovativa e nuovi metodi di test, principalmente in campo idraulico
- 2016**
Acquisizione del laboratorio Nanoireservice (nanotecnologie)
- 2017**
Acquisizione del laboratorio EMC di Tecnogranda (automotive)

CERTIFICAZIONI

CE L'attività principale di Tecnolab è l'esecuzione di prove volte alla verifica di conformità alla marcatura CE

FCC
Usa

CEIR
Unione Europea

INDUSTRY CANADA IC
Canada

SASO
Arabia Saudita

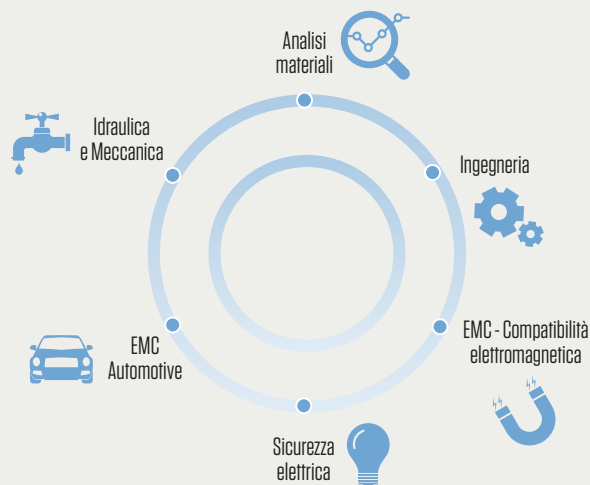
DVGW
Germania

ETA DANMARK
Danimarca

CSA
Canada

SINTEF
Norvegia

I LABORATORI DI TECNOLAB



Contatti

Tecnolab del Lago Maggiore Srl

Via dell'Industria, 20
28924 Verbania
Fondotoce (VB)

info@tecnolab.name

+39 0323.586514
Telefono

SEGUICI SU

f
www.tecnolab.name

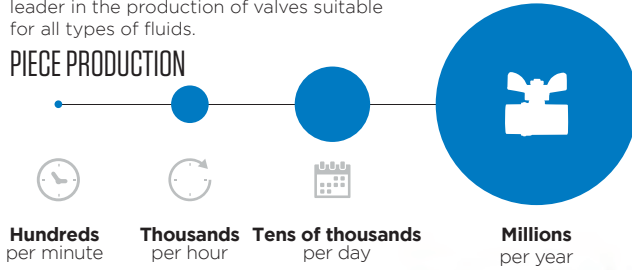


SPECIALISTS IN THE PRODUCTION OF VALVES SUITABLE FOR ALL TYPES OF FLUIDS



VIR Valvoindustria Ing. Rizzio S.p.A. is an international leader in the production of valves suitable for all types of fluids.

PIECE PRODUCTION



↑
OVER 50
MILLION EUROS
per year in consolidated revenues

90%
exportation



OUR INSTRUMENTS

1

BIM READY

VIR is BIM ready and offers a large selection of Revit models of its products that are most commonly used in large projects. The models can be downloaded at vir.magiccloud.com

2

VIR APP

Convenient utilities and technical information regarding VIR products easily accessible on your smartphone

HISTORY

1971

Ing. Savino Rizzio founded VIR, with his father by his side. The company, with an internal foundry, is a rare example in the sector and grows rapidly

1992

VIR obtains UNI EN ISO 9001:2008 certification and acquires a company specialised in plastic ball valves

2003

Acquisition of the Red-White Valve Corp-RWV and expansion on the USA market

2008

The Chinese establishment of Taizhou VIR Valve Manufacturing Co. Ltd. is inaugurated, dedicated to the production of certain specific lines of valves

2010

VIR Shanghai is established, for the distribution of VIR products in China

2017

VIR ME International DWC LLC is inaugurated. The offices are located in the Dubai World Center: an important commercial and logistic keystone for all the Middle East

CERTIFICATIONS OBTAINED



VA
Denmark



STF
Finland



TR CU O10
Russia
Belarus
Kazakhstan



WRAS
United Kingdom



EN331
European Union



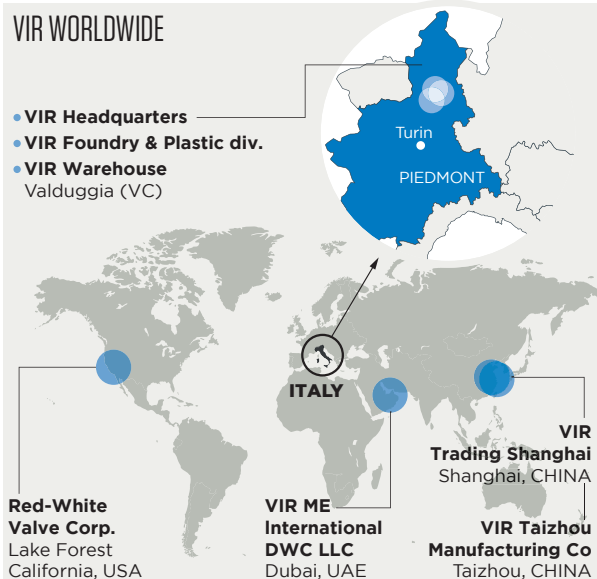
AGS
France



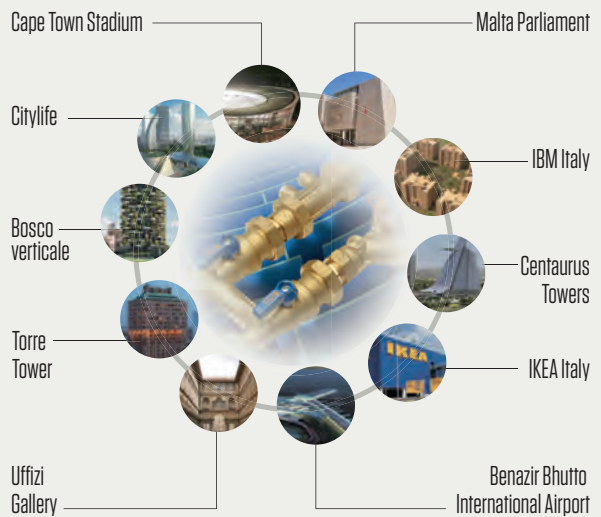
CSA, UL, IAPMO, FM, TL
USA

VIR WORLDWIDE

- VIR Headquarters
- VIR Foundry & Plastic div.
- VIR Warehouse Valduggia (VC)



VIR VALVES HAVE BEEN CHOSEN BY:



Contacts

VIR - Valvoindustria Ing. Rizzio S.p.A.



via Circonvallazione 10
13018 Valduggia (VC)



sales@vironline.com



+39 0163.47891
switchboard



www.vironline.com

SPECIALISTI NELLA PRODUZIONE DI VALVOLE PER TUTTI I TIPI DI FLUIDI



VIR Valvoindustria Ing. Rizzio S.p.A. è leader internazionale nella produzione di valvole per tutti i tipi di fluidi.

PRODUZIONE PEZZI



↑
OLTRE 50
MILIONI DI EURO
all'anno di fatturato
consolidato

90%
esportazione



I NOSTRI STRUMENTI

1

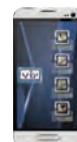
BIM READY

VIR è BIM ready ed offre una larga gamma di modelli Revit dei prodotti maggiormente, utilizzati su progetti di larga scala. I modelli possono essere scaricati su vir.magiccloud.com

2

VIR APP

Comode utility e informazioni tecniche sui prodotti VIR accessibili sullo smartphone



LA STORIA

- **1971**
L'ing. Savino Rizzio fonda la VIR, affiancato dal padre. L'azienda, dotata di una fonderia interna, è un esempio raro nel settore e cresce rapidamente
- **1992**
VIR ottiene la certificazione UNI EN ISO 9001:2008 e acquisisce una ditta specializzata in valvole a sfera in materiale plastico
- **2003**
Acquisizione della Red-White Valve Corp-RWV ed espansione del mercato negli USA
- **2008**
Viene inaugurato lo stabilimento cinese di Taizhou VIR Valve Manufacturing Co. Ltd., destinato alla produzione di alcune specifiche linee di valvole
- **2010**
Nasce VIR Shanghai, per la distribuzione sul territorio cinese dei prodotti VIR
- **2017**
Nasce VIR ME International DWC LLC, i cui uffici hanno sede nel Dubai World Center: un importante appoggio commerciale e logistico per tutta l'area mediorientale

CERTIFICAZIONI OTTENUTE



VA
Danimarca



STF
Finlandia



TR CU OTO
Russia
Bielorussia
Kazakistan



WRAS
Regno Unito



EN331
Unione Europea



AGS
Francia

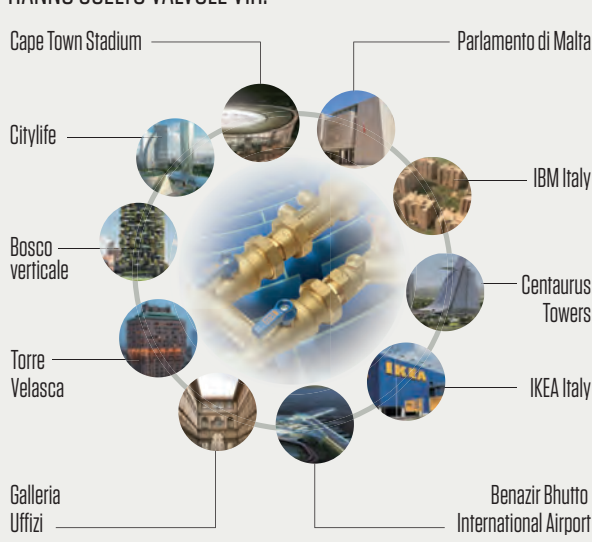


CSA, UL,
IAPMO, FM, TL
USA

LA VIR NEL MONDO



HANNO SCELTO VALVOLE VIR:



Contatti

VIR - Valvoindustria
Ing. Rizzio S.p.A.



via Circonvallazione 10
13018 Valduggia (VC)



sales@vironline.com



+39 0163.47891
centralino



www.vironline.com



IL PORTALE WEB

Su www.atlantemeccanica.com è in corso di pubblicazione l'elenco delle imprese dell'industria meccanica italiana. Il portale diventerà, inoltre, una vetrina multimediale per le presentazioni video e infografiche delle imprese che aderiscono alla formula premium.



THE WEB PORTAL

The list of the Italian mechanics industry companies is being published on www.atlantemeccanica.com. The portal will become a multimedia window for video and infographics presentations of companies adhering to the premium formula



ELENCO ALFABETICO DELLE AZIENDE PRESENTI SUL PORTALE WEB

2LNG S.R.L.
3 ELLE S.R.L.
A E B TORNERIA AUTOMATICA S.R.L.
ABERT S.P.A.
AC BOILERS S.P.A.
AERMEC S.P.A.
AIRON S.R.L.
ALFA LAVAL OLMI S.P.A.
ALTA INDUSTRIES S.R.L.
ANSALDO ENERGIA S.P.A.
ANTONIO SEVESO S.P.A.
APEN GROUP S.P.A.
ARISTON THERMO GROUP S.P.A.
AS SALA STAMPI S.R.L.
ASSOFOODTEC CONFIDA TECNOLOGIE VENDING
ATA S.R.L.
AUTEC S.R.L.
B & R AUTOMOTIVE S.R.L.
B.F.E. S.R.L.
BALLARINI PAOLO & FIGLI S.P.A.
BART S.R.L.
BAXI S.P.A.
BCS S.P.A.
BEA S.R.L.
BELTRAMELLI S.R.L.
BIZERBA S.P.A.
BLUPURA S.R.L.
BONAITI SERRATURE S.P.A.
BORTOLETTO METAL CONSTRUCTION S.R.L.
BOSSI S.R.L.
BRAMBATI S.P.A.
BRANDONI S.P.A.
BREVETTI GAS.P.A.RIN S.R.L.
BUONAFEDE S.R.L.
BWT ITALIA S.R.L.
C.D.L. COOPERATIVA SOCIALE
C.D.R. POMPE S.R.L.
C.E.I. COSTRUZIONE EMILIANA INGRANAGGI S.P.A.
C.EL.ME S.R.L.
C.F.G. RETTIFICHE S.R.L.
C.M.S. COSTRUZIONI METALLICHE SANTONICOLA S.R.L.
C.P.F. DI CAVALLO CARMELO & C. S.R.L.
CABER IMPIANTI S.R.L.
CACCIALANZA & C. S.P.A.
CALAMIT S.R.L.

CALDAIE MELGARI S.R.L.
CAPRARI S.P.A.
CAR SEGNALETICA STRADALE S.R.L.
CARLO POLETTI S.R.L.
CAROLLO S.R.L.
CASTA S.R.L.
CEBORA S.P.A.
CERMA S.R.L.
CESTARO FONDERIE S.P.A.
CICSA S.R.L.
CIMM S.P.A.
CISA S.P.A.
CITT. TRATTAMENTI TERMICI S.R.L.
CLIVET S.P.A.
CO.ME.SA. S.R.L.
COGEIM EUROPE S.R.L.
COLUSSI HERMES S.R.L.
COMACCHIO S.R.L.
CONFORTI S.P.A.
CONTROLS S.P.A.
COSMI S.P.A.
COSTRUZIONI MECCANICHE SOTTORIVA S.P.A.
CROWN LIFT TRUCKS S.R.L.
D.N.P. INDUSTRIALE S.R.L.
D.V.P. VACUUM TECHNOLOGY S.P.A.
DALMEC S.P.A.
DANFOSS S.R.L.
D'ARCO LAZZARINI S.R.L.
DE' LONGHI APPLIANCES S.R.L.
DE PRETTO INDUSTRIE S.R.L.
DEMONT S.R.L.
DIQUIGIOVANNI S.R.L.
E.T.A. S.P.A.
EBARA PUMPS EUROPE S.P.A.
EBM-PAPST S.R.L.
ECOFAST ITALIA S.R.L.
ELMEC S.R.L.
EME POSATERIE S.R.L.
EMMETI S.P.A.
EPTA S.P.A.
ESAB SALDATURA S.P.A.
ESSEDUE S.R.L.
EURAPO S.R.L.
EUROFORK S.P.A.
EUROINCIS S.R.L.



EUROPA ANTINCENDIO DI RONCHI LINO
 EUROTUBI EUROPA S.R.L.
 EVAPCO EUROPE S.R.L.
 EVEREL GROUP S.P.A.
 EXIDE TECHNOLOGIES S.R.L.
 F A C S.R.L.
 F.A.C.E.M. S.P.A.
 F.LLI SALANTI S.R.L.
 FAMAR S.R.L.
 FARBO S.R.L.
 FAVA S.P.A.
 FEINROHREN S.P.A.
 FERRARO GROUP S.R.L.
 FERRETTI S.R.L.
 FINAZZI OSVALDO S.R.L.
 FINCANTIERI S.P.A.
 FIR ITALIA S.P.A.
 FLEX PATCH SYSTEM S.R.L.
 FLUID PRESS S.P.A.
 FLUITEN ITALIA S.P.A.
 FNA S.P.A.
 FORMEST S.R.L.
 FORNI INDUSTRIALI BENDOTTI S.P.A.
 FRANCO TOSI MECCANICA S.P.A.
 FRAP S.P.A.
 FRATELLI FANTINI S.P.A.
 FRATELLI PETTINAROLI S.P.A.
 FRIGERIO ETTORE S.P.A.
 FRIGOMECCANICA S.R.L.
 FRIGOR BOX INTERNATIONAL S.R.L.
 FRIGOSYSTEM S.R.L.
 G.S. ITALIA S.R.L.
 G2 MISURATORI S.R.L.
 GAFFURI S.R.L.
 GAUSS MAGNETI S.R.L.
 GEZE ITALIA S.R.L.
 GIANESI EDILIO S.R.L.
 GREINER S.P.A.
 GUARDINI S.P.A.
 GUNNEBO ITALIA S.P.A.
 GVR POMPE S.R.L.
 HQ PUMPS S.R.L.
 HUBO AUTOMATION S.R.L.
 I.C.M.I. S.R.L.
 I.G.S. DATAFLOW S.R.L.

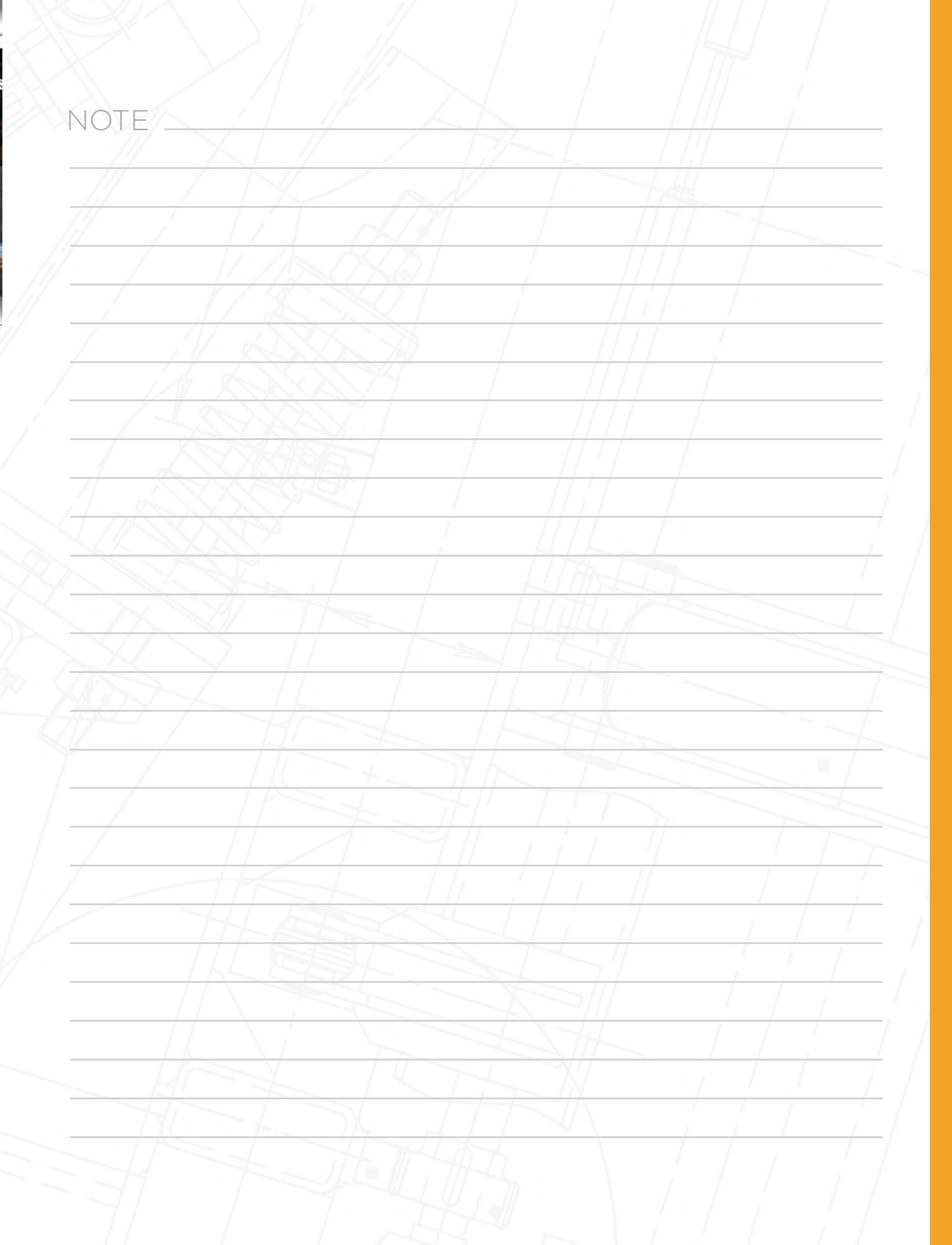
I.M.I. INDUSTRIA METALLURGICA IRPINA S.R.L.
 ICI CALDAIE S.P.A.
 ILCAR DI BUGATTI S.R.L.
 IMIT CONTROL SYSTEM S.R.L.
 IMMERGAS S.P.A.
 IMT INTERMATO S.P.A.
 INDRA S.R.L.
 INDUSTRIALTECHNICS S.R.L.
 INFRAGAS S.R.L.
 INNOVITA S.R.L.
 INOX ART IMPIANTI S.R.L.
 INOX MECCANICA S.R.L.
 IRRILAND S.R.L.
 JOTUN ITALIA S.R.L.
 LA FELSINEA S.R.L.
 LA MECCANICA S.R.L. DI REFFO
 LAGOSTINA S.P.A.
 L'ARTIBENI DI FERRONATO S.R.L.
 LAZZERO TECNOLOGIE S.R.L.
 L.C.M. ITALIA S.P.A.
 LCM S.R.L.
 LCS S.P.A.
 LEITZ ITALIA S.R.L.
 LEMI GROUP S.R.L.
 LICAT S.R.L.
 LIFT-TEK ELECAR S.P.A.
 LOCATELLI CRANE S.R.L.
 LU-VE S.P.A.
 LUXOR S.P.A.
 LYTO'S S.P.A.
 M.C.M. MARCHETTI COSTRUZIONI MECCANICHE S.R.L.
 M.T. TRADING GROUP S.R.L.
 MADDALENA S.P.A.
 MAESTRINI S.R.L.
 MANCONI & C. S.R.L.
 MANITOWOC CRANE GROUP ITALY S.R.L.
 MANNI SIPRE S.P.A.
 MARIN S.R.L.
 MARMO MECCANICA S.P.A.
 MASTERWOOD S.P.A.
 MECCANICA BAUDANO S.R.L.
 MECCANICA BREGANZESE S.P.A.
 MECCANICA TONEL SERGIO S.R.L.
 MECSYSTEM S.R.L.
 MELCAL S.P.A.



ELENCO ALFABETICO DELLE AZIENDE PRESENTI SUL PORTALE WEB

- METAL SAB PIU' S.R.L.
 METALSUD LO GATTO S.R.L.
 METER S.P.A.
 METRIX ITALIA S.R.L.
 MICHELINI S.R.L.
 MICROINGRANAGGI S.R.L.
 MICROMECCANICA S.R.L.
 MIGLIORI S.R.L.
 MINERVA OMEGA GROUP S.R.L.
 MIROGLIO & C. S.P.A.
 MITSUBISHI ELECTRIC HYDRONICS & IT COOLING SYSTEMS S.P.A.
 MIXER TECHNOLOGY S.R.L.
 MODELLERIA PIVA S.R.L.
 MOZZANICA & MOZZANICA S.R.L.
 NC COMPONENTI S.P.A.
 NC COMPONENTI S.P.A.
 NICOLLI S.R.L.
 NOVA ROTORS S.R.L.
 NOVA S.R.L.
 NOVA SIRIA S.R.L.
 NPI ITALIA S.R.L.
 O.M.C.R. S.R.L.
 O.M.S. S.R.L.
 O.M.T. OFFICINA MECC.TARTARINI S.R.L.
 O.V.S. OFFICINE VALLE SERIANA S.P.A.
 O.V.S. VILLELLA S.R.L.
 OEMME S.P.A.
 OFF.M.A. S.R.L. CARPENTERIE METALLICHE
 OFFICINE MECCANICHE A.N.I. S.P.A.
 OLEOWEB S.R.L.
 OLIMPIA SPLENDID S.P.A.
 ORTOMECC S.R.L.
 PANASONIC ITALIA BRANCH OFFICE PANASONIC MARKETING EUROPE GMBH
 PAVAN S.P.A.
 PETRONCINI IMPIANTI S.P.A.
 PIETRO FIORENTINI S.P.A.
 PIRON S.R.L.
 PNEUMAX S.P.A.
 PROGEA 4 S.R.L.
 PROMATEC S.P.A.
 R.G.V. S.R.L.
 R.J. S.R.L.
 RÖSLER ITALIANA S.R.L.
 RM S.R.L.
 ROLLWASCH ITALIANA S.P.A.
 ROVATTI A. & FIGLI POMPE S.P.A.
 RUBINETTERIE BRESCIANE BONOMI S.P.A.
 S.E.A. S.P.A.
 S.I.M.A.I. S.P.A.
 SABBIATURA E VERNICIATURA DI MARTINI ANDREA S.R.L.
 SAER ELETTROPOMPE S.P.A.
 SAIM SERVICE S.R.L.
 SALA ENGINEERING S.R.L.
 SAMIC S.P.A.
 SCAM TOWERS PACKAGE EQUIPMENT S.R.L.
 SCHIAVI MACCHINE INTERNATIONAL S.R.L.
 SEA LAND S.R.L.
 SENZANI BREVETTI S.P.A.
 SERVOVALVE S.P.A.
 SFEROVA S.R.L.
 SHEETMETAL FABRICATION S.R.L.
 SIDERIDRAULIC SYSTEM S.P.A.
 SILAP S.R.L.
 SIMEX ENGINEERING S.R.L.
 SINTERIS S.P.A.
 SISMA S.P.A.
 STAR AUTOMATION S.R.L.
 STUDIO 54 S.R.L.
 SYSTEMA S.P.A.
 TECNO TEMPRANOVA LECCHESE S.R.L.
 TECNOCASA S.R.L.
 TECNOCURVE S.R.L.
 TECNOLAB DEL LAGO MAGGIORE S.R.L.
 TECNOSICUREZZA S.R.L.
 TELLURE ROTA S.P.A.
 TEMA SAFETY & TRAINING S.R.L.
 THINK' PC PROGETTI S.R.L.
 THINK WATER S.R.L.
 T.M.I.C. S.R.L. TERMOMECCANICA INDUSTRIAL COMPRESSORS
 TOBALDINI S.P.A.
 TOGNANA PORCELLANE S.P.A.
 TRAFIMET GROUP S.P.A.
 TRATTAMENTI TERMICI FERIOLI E GIANOTTI S.P.A.
 TRE S SALDATURE SPECIALI SEGRATE S.R.L.
 UNICAL AG S.P.A.
 UNIGEN STEEL ENGINEERING S.R.L.
 UNISTARA S.P.A.
 V.A.R.I. VALVOLE AEROSOL RESEARCH ITALIANA S.P.A.
 VALIDACTOR S.R.L.
 VALVITALIA S.P.A.
 VERIND S.P.A.
 VIR VALVOINDUSTRIA ING. RIZZIO S.P.A.
 VIRMA S.P.A.
 VIVOIL OLEODINAMICA VIVOLO S.R.L.
 WALMEC S.P.A.
 ZANI SERAFINO S.R.L.
 ZOCCA OFFICINE MECCANICHE S.R.L.
 ZTF S.R.L.

NOTE



L'INDUSTRIAMECCANICA



ANIMA[®]
CONFINDUSTRIA
MECCANICA VARIA



CON IL PATROCINIO DI

ITA[®]

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



ATLANTE DELL'INDUSTRIA MECCANICA ITALIANA

ANIMA CONFINDUSTRIA MECCANICA

Federazione delle Associazioni Nazionali
dell'Industria Meccanica Varia e Affine

REDAZIONE

Rivista L'Industria Meccanica
Via Scarsellini 13 - 20161 Milano
+39 0245418500
www.industriameccanica.it

SPECIALE ATLANTE

+39 0266809731
speciali@industriameccanica.it
www.atlantemeccanica.it

