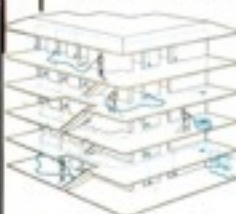


## In breve

■ **Massima igiene anche dai dentisti** / Alla 52ª edizione del Congresso Amici di Brugg - un appuntamento ormai consolidato nel settore dell'odontoiatria - Aertecnica è stata presente nello stand di Odontokos,

azienda veneta che vanta una prolungata esperienza nella progettazione e consulenza nel settore dentistico, con la quale Aertecnica ha stretto una

fruttuosa partnership. Si tratta di un accordo di collaborazione commerciale per l'installazione di sistemi aspirapolvere centralizzati Tubò nei laboratori odontotecnici.



KT20A, una centrale aspirante, ideale per le strutture con spazi ridotti, progettata per l'utilizzo da parte di due operatori, che grazie al sistema "plug & play" offre totale affidabilità e massima rapidità di installazione, riducendo drasticamente gli ingombri.

■ **Nuovi il look e il marchio** / Gps Standard ha presentato il suo attuale look: un nuovo stile grafico per tutto il materiale di comunicazione, un



Committed to security.

restyling del proprio marchio e un nuovo pay-off. Il pay-off in inglese, "Committed to security", accentua in modo sintetico il know-how e il costante impegno di Gps Standard in materia di sicurezza. Il nero e il giallo rimangono le cromie istituzionali.

■ **Nuovo presidente per l'energia** / Claudio Andrea Gemme è il nuovo presidente dell'Associazione Energia aderente a Confindustria Anis, Genovese, Gemme si è laureato in Scienze economiche e politiche all'Università di Genova e nel 1973 è entrato nel Gruppo Finmeccanica. Dal 2000 è amministratore delegato di Ansaldo Sistemi Industriali (Asi) e dal 2008 è consigliere del Market strategy board dell'Enel.



## Undici in squadra

■ Il Settore Industry di Siemens (divisione Building Technologies) ha studiato un progetto di promozione dell'offerta Siemens in ambito elettrico, rivolgendosi direttamente ai piccoli e medi installatori.

Dream Team. Il primo step dell'iniziativa è stato la creazione di un gruppo di undici neolaureati che con altrettante Fiat 500 bianche caratterizzate dal logo Siemens e dal claim "Risposte per l'installazione elettrica" svolgeranno un'attività di promozione dell'offerta Siemens in ambito elettrico, rivolgendosi direttamente ai piccoli e medi installatori.

Il canale raggiunto tramite i distributori. Il team coprirà inizialmente 11 aree geografiche della Lombardia e lavorerà in modo sinergico con la rete vendita del territorio. È questa una modalità operativa - nuova per Siemens - che mira all'incremento della

domanda di prodotti da parte del mercato elettrico, rafforzando allo stesso tempo il posizionamento dell'azienda in questo comparto.

"Siemens ha deciso di investire in un progetto che coinvolge un mercato dove vorremmo crescere" ha commentato Giuliano Bussetto, responsabile del settore Industry di Siemens. "Questa iniziativa vuole rappresentare anche un messaggio positivo per il comparto elettrico e in generale per l'industria.

Nel momento difficili diventa ancora più importante individuare delle aree di sviluppo, adottare nuove strategie e impostare delle sfide".

"L'idea di creare il Dream Team è nata da consapevolezza della notevole evoluzione vissuta dal mercato elettrico negli ultimi anni, che ne ha modificato dinamiche e caratteristiche" ha spiegato Luca Zani, head of Electrical Installation Technology. "L'ottica della competitività un'azienda deve saperla adeguare ai cambiamenti. Crediamo che oggi il mercato elettrico è diretto con il modo di lavorare e del quadripartito possa presentare per Siemens un'occasione

per aumentare la conoscenza del brand presso questo target di clientela, nonché i volumi di vendita. L'obiettivo che ci siamo prefissati per il 2009 prevede una crescita del giro di affari del 2 per cento".

## Illuminazione: nuova attività in Europa

■ Toshiba Corporation avvia un'importante iniziativa per il lancio della sua attività dedicata a nuovi sistemi di illuminazione. Come primo passo, l'azienda stabilisce delle basi operative commerciali nel Regno Unito, in Germania e negli Stati Uniti, che si aggiungeranno a quella già stabilita in Francia all'inizio di aprile, per portare sul mercato un'ampia gamma di prodotti per l'illuminazione ad alta efficienza energetica, come le lampade a led. Nel corso di quest'anno Toshiba ha in programma un'ulteriore espansione che arriverà a coprire regioni e paesi quali India, Russia, Brasile, Medio Oriente e Cina.

Per il lancio dell'attività legata ai nuovi sistemi di illuminazione, Toshiba ha organizzato un'esposizione nell'area Tortona di Milano, durante il Salone del mobile. Il tema ispiratore della mostra è stato identificato dal nome "Overture".



Prima azienda a produrre le lampadine in Giappone nel 1890, Toshiba può vantare più di un secolo di esperienza nei prodotti per l'illuminazione. Oggi il suo punto di forza è la capacità di portare un alto livello di efficienza energetica nelle applicazioni pratiche, senza scendere a compromessi nella qualità o nell'effetto ambiente della luce. I led dell'azienda, che hanno già riscosso un grande successo in Giappone, comprendono lampadine, luci per l'illuminazione delle aree di calpestio, basi luminose e illuminazioni stradali.

## Videocitofonia in catalogo

■ Livintuce è stata l'occasione per la prima distribuzione del nuovo catalogo Videocitofonia di Acf Farfisa ([www.acffarfisa.it](http://www.acffarfisa.it)). Struttura e grafica del volume sono state rinnovate, con una suddivisione per sistemi.

Per quanto riguarda la videocitofonia, per esempio, troviamo in primo piano i sistemi digitali, attualmente all'avanguardia; in questa sezione è offerto in primis Duo System, seguito da FN4000 e DF6000: tutti sistemi digitali in continua evoluzione sia dal punto di vista tecnologico sia degli aggiornamenti di linee di prodotto. La seconda sezione è dedicata ai sistemi analogici, in cui si trovano gli impianti a



cablaggio ridotto, convenzionali con croma elettronica, seguiti dai sistemi chiamati in alternativa.

Le ultime due sezioni trattano il controllo accessi con lettori di prossimità e tasti e la telefonia con le soluzioni di comunicazione integrata.

Ogni segmento del catalogo è caratterizzato da foto di prodotto, descrizioni ben leggibili e dettagliate e schemi tecnici esplicativi. Infine, per una lettura ottimale è presente un indice analitico.