

voice

NEWSLETTER
01.2011

Editoriale

Il 12° Congresso di Barcellona ha mostrato l'unità e il grande potenziale di Fegime. Lo scorso maggio i giovani di Fegime Future ci hanno mostrato lo spirito e l'eleganza che caratterizza il nostro lavoro:

una stretta collaborazione, alta dinamicità e un denso know-how. Il futuro di successo di Fegime è sicuro.

Dopo la mia elezione all'assemblea dei soci a febbraio, ho iniziato a Barcellona il lavoro attivo del Consiglio di Amministrazione (CdA) di Fegime. Colgo questa responsabilità nel diventare parte di esso, spinto dalla motivazione di migliorare il nostro Gruppo, le nostre aziende per farle valere sul mercato e differenziarle dalla concorrenza. Un compito permanente sarà quello di trovare il giusto equilibrio tra la necessità di rimanere uniti in contesti di mercati differenti.

Il lancio del nostro nuovo progetto al Congresso segna un altro importante passo: ogni paese sarà chiamato a far conoscere il nostro marchio quale portatore di valori legati al Gruppo.

L'Europa è ancora influenzata dalla instabilità dei mercati finanziari e dai problemi del debito di alcuni Paesi, caratterizzati da incertezza. Ma i segni di crescita e di recupero sono in aumento. Sono convinto che la crisi verrà superata presto ovunque e in breve tempo ci ritroveremo in un'Europa protagonista dello sviluppo sostenibile e del progresso.

Un'ultima parola la voglio dedicare ai nostri fornitori con i quali lavoriamo in partnership e il cui sviluppo è legato al nostro successo. Con loro dovremo definire obiettivi comuni, per promuovere la costituzione e la crescita dei marchi e quindi per aumentare la nostra quota di mercato in tutti i Paesi membri del Fegime.

António Trancho de Oliveira

Marketing

Il significato dei marchi

Il nuovo logo di Fegime è più di un segno esteriore. E l'intenzione di definire Fegime quale marchio in Europa.

Può essere rischioso iniziare un articolo sui marchi con una frase dell'anno 1926. Ancora più audace, può essere, citare un poeta. Ma il grande poeta portoghese Fernando Pessoa va al cuore:

"... Il banco ha solo il suo mestiere, la sua personalità deve essere subordinata al commercio, il suo mestiere è un bambino in balia del mercato, significa che è il pubblico che guida il suo mestiere ... (Fernando Pessoa: "Revista de Comercio e Contabilidade" No. 1, Lisbona, 25 gennaio 1926) >>

Contenuto

L'importanza dei marchi – la storia del marchio ed il progetto del marchio Fegime	1
Un futuro nuovo di zecca – Fegime in movimento – Il Congresso Fegime di Barcellona	3
Fare via internet – Una nuova applicazione di Catalogo Elettronico da Fegime Germania per personalizzare i materiali stampati	5
ETIM in Polonia – Fegime Polska è membro di ETIM. Con i dati standard ETIM i processi sono ottimizzati	5
Grandi obiettivi – Valentin Yuzepchouk spiega gli obiettivi di Fegime Russia	6
Efficienza dal 1921 – Theben ha 90 anni	7
Nuovi LED – Prodotti da Osram per l'illuminazione efficiente	7
Risparmio energetico facile – Le soluzioni Siemens che consentono di risparmiare	8
Luce solo quando necessario – Rilevatori di movimento e di presenza da Hager per l'illuminazione efficiente	9



Il nuovo logo combina l'idea di unità con l'interruttore di alimentazione, come tutti lo conoscono sul proprio PC.

>> Viviamo in un mondo di marchi. Ma che cosa è un brand? Non è né il logo, l'identità, o un prodotto. Un brand è la sensazione di una persona riguardo ad un prodotto, ad un servizio o ad un'azienda.

All'inizio del 20° Secolo si parlava di marketing per le "Proprietà". La domanda era: cosa è? All'inizio del 21° Secolo, sappiamo di più su modelli di comportamento e su come le persone comunicano attraverso l'uso di marchi. Oggi si parla di "identità": "Chi sei, se si utilizza una certa marca?"

Per avere successo nella competizione le aziende non devono essere solo identificabili. È necessario infatti costruire un rapporto forte e resistente con i propri clienti e mantenerlo. Solo un mix convincente di valori emotivi e razionali crea differenziazione dalla concorrenza e può stimolare un rapporto tra marca e cliente. Per queste ragioni, il marchio è di grande importanza, soprattutto in un settore maturo come il nostro.

Il progetto di branding

Una pietra miliare è stata raggiunta in occasione del Congresso Fegime 2009: tutte le organizzazioni nazionali sono state chiamate da Fegime ad utilizzare un design aziendale uniforme. Ora è arrivato il tempo di fare il passo successivo e di sviluppare il marchio Fegime.

Il "Branding" è stato lanciato nel 2010, sotto la guida dei giovani di Fegime Future (foto sopra). I due obiettivi principali erano:

1. Definire una architettura di marchio internazionale per aumentare la brand awareness tra tutti i gruppi target interessati (dipendenti, clienti, fornitori, media, governi ...)
2. Dare ad ogni organizzazione nazionale un potente strumento per aggiungere un valore e allo stesso tempo conservare la propria individualità.

La famosa agenzia Ogilvy & Mather è stata scelta per accompagnare questo processo strategico e creativo. Con i suoi metodi sofisticati, l'Agenzia è riuscita a sviluppare un'idea di marca.

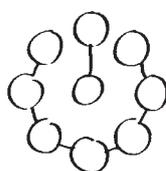
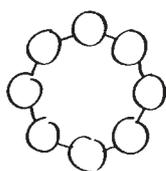
Cosa ha preso in considerazione Ogilvy & Mather per creare il nuovo marchio Fegime? Valori come la vicinanza (sia umana che geografica), la mobilità, la rete internazionale,

l'affidabilità, il know-how e le relazioni a lungo termine con i partner commerciali. A questo si aggiunge la consapevolezza e la sintesi di due mondi: l'orientamento europeo e una forte cultura familiare.

Tutte queste caratteristiche hanno prima delineato il quadro strategico, per arrivare poi all'idea del marchio "Fegime generatore di valore aggiunto nel settore del materiale elettrico". Tutti gli altri sviluppi si basano su questa idea centrale.

Alla base del nuovo logo c'è l'idea dell'interruttore di alimentazione, così come tutti lo conoscono vedendolo sul proprio PC. Questi elementi del nuovo design aziendale saranno collegati in modo convincente.

Ogni membro di Fegime ha ora una gamma completa di strumenti per rafforzare il brand ed il gruppo stesso. Tutti sono invitati a sviluppare ulteriormente la nostra essenza del marchio: Fegime crea valore.



TOGETHER THEY GENERATE POWER/VALUE



FEGIME
generating value

Congresso 2011

Un futuro nuovo di zecca



Circa 350 persone si sono riunite alla fine di maggio a Barcellona per il 12° Congresso Fegime ed hanno sperimentato le intense discussioni di un Fegime in movimento.

Crisi finanziaria mondiale, Fukushima, le tendenze demografiche, i cambiamenti climatici. Questi sono i temi toccati al Congresso di Barcellona 2011. Dove si trova il positivo? In primo luogo, durante quel week-end di maggio a Barcellona si è festeggiato il Barça, vincitore della Champions League. In secondo luogo, molte delle domande che ci siamo posti hanno trovato buone risposte.

Infatti, tutti i problemi citati riguardano anche l'industria elettrica. David Garratt, Managing Director di Fegime ha sottolineato che nel nostro settore ci sono soluzioni per molte esigenze.

Si è inoltre parlato di metodi e di come possa la classe media adattarsi a un mondo e a mercati che cambiano. Il nuovo logo è stato presentato al Congresso Fegime e la sua didascalia riporta la dicitura: "creare valore".

E quando si parla di "creazione di valore" si parla di concretezza. Il Fegime sarà il marchio delle medie imprese europee del commercio elettrico all'ingrosso. Il Branding è ormai un settore con regole fisse. Ma è necessario attuare il branding. Come? La conferenza ha mostrato come Fegime voglia realizzare questo progetto: con spirito, leggerezza ed eleganza. Per farlo Fegime aveva deciso già due anni fa di affidare la sua pianificazione alle mani dei giovani di Fegime Future..

La conferenza ha mostrato come Fegime voglia guidare il marchio: con spirito, leggerezza ed eleganza.



Il Consiglio di Amministrazione (CdA) di Fegime (da sinistra): Bjørn Amundsen, Marco Casaroli, António Trancho de Oliveira.

Le mani più giovani, questo è il futuro di Fegime, il Fegime Future. Questo è il nome del gruppo che comprende grossisti di materiale elettrico di tutta Europa, che rappresenta prevalentemente la seconda o terza generazione delle proprie famiglie. Il gruppo si riunisce regolarmente per lavorare insieme.

Fegime Future ha organizzato il nuovo Congresso con un mix emozionante di presentazioni, dibattiti e film. In collaborazione con l'agenzia pubblicitaria scelta per formulare proposte significative per marchio e logo.

Il risultato è stato un incontro vivace con scambi di informazioni. E - stranamente - un logo, che è possibile utilizzare gratuitamente. Vi è quindi un segno di libertà, libertà e indipendenza di 180 imprese di famiglia in Europa.

Il Presidente di Fegime Europa, Marco Casaroli ha espresso ciò che questo rappresenta. "E' l'acronimo dei valori della famiglia, forza, unità, partenariato e molte nuove opportunità per i nostri clienti."



Dichiarazioni chiare, visioni forti, la coesione notevole, impegno dei giovani leader che hanno lavorato insieme a livello europeo e un ambiente familiare dove ci si sente a proprio agio. Lo stesso ambiente che ritroviamo nelle nostre aziende. Il Congresso ha mostrato la forza di Fegime e la speranza nell'affrontare le sfide future.

Adalbert M. Neumann, Presidente & CEO, Busch-Jaeger

Citazioni Congresso

L'evento mi ha dato molto. Il contenuto è stato espresso attraverso testimonianze autentiche e convincenti che fanno ben sperare per il futuro di Fegime. L'evento è stato perfetto ed è diventato ormai una tradizione!

Ernst Peter Benner, amministratore delegato, Gunther Spelsberg



Come azienda tradizionale, di medie dimensioni e a conduzione familiare, apprezziamo il contatto che Fegime ha voluto intraprendere con le imprese. Il Congresso ha lanciato a tutta la classe internazionale un forte senso di coesione familiare e uno spirito genuino. Grazie a questa combinazione ed al progetto di branding prevedo un successo in tutta Europa per Fegime, che andrà a beneficio di tutti i partner nelle vendite commerciali.

Thomas Sell, capo di Theben sales trading

Fegime Future ha preso il controllo del più importante evento di Fegime in Europa. Ha la stoffa di un networking di successo. Questa edizione è stata resa forte, molto emozionante e unica! Complimenti a questo "impegno" da parte dei grossisti di materiale elettrico di medie dimensioni!

Andreas Bettermann, Direttore OBO Bettermann



L'evento ha confermato ciò che rappresenta la famiglia Fegime: una gestione sostenibile con una chiara visione del futuro, impegno verso i clienti e partner, la dinamica accoppiata con la professionalità. L'evento ha dato ai diversi partecipanti una visione sulla strategia di branding di Fegime. Il Congresso ha dato a tutti la fiducia nel futuro, così come il filo conduttore di "generare valore", lo sintetizza meravigliosamente. È stato un incontro di successo grazie al lavoro dei ragazzi di Fegime Future.

Daniel Hager, presidente Hager



Marketing

Progettazione di stampati via Internet

La produzione di materiale stampato in Fegime Germania ora avviene in pochissimo tempo.

Il lavoro manuale è stato fino a poco tempo fa l'unico modo per aggiungere i loghi personalizzati e gli indirizzi in un formato. Tuttavia, Internet offre nuove opportunità, il Fegimedia di Fegime, un metodo di riproduzione del materiale stampato, facile da personalizzare che arriva dalla Germania.

Il principio è semplice: nel database vengono inseriti il layout finito, i loghi e gli indirizzi degli utenti. Dove è presente il logo sul layout viene creato un segnaposto. Via Internet, l'utente sceglie la carta stampata. Accedendo con il nome utente

FEGIME DEUTSCHLAND

FEGIME Deutschland GmbH & Co. KG
Gutenbergstr. 8e
D - 90449 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 64 33 0
Fax: +49 (0) 911 64 33 130
E-Mail: info@fegime.de
www.elektro-online.de

viene riconosciuto sia il logo che l'indirizzo e questi saranno inseriti automaticamente.

In questo modo si può facilitare anche la produzione di nuovi biglietti da visita e di un piccolo catalogo per le promozioni. I layout finiti sono disponibili e possono essere riempiti con oggetti presi dal database.

Al termine della composizione viene prodotto un file PDF che può essere inviato a un negozio di stampa. FEGIMEDIA è inteso principalmente per i membri di Fegime Germania. Il sistema è

utilizzato anche per la fidelizzazione dei clienti: i clienti selezionati possono anche usarlo.

"Solo il costo dei diritti del software, i caratteri e le foto possono porre limiti alla nostra immaginazione", afferma Michaela Weinbach, direttore marketing di Fegime Germania.

Dati standard

ETIM in Polonia

La standardizzazione dei dati per ridurre i costi in Polonia e ottimizzare i processi

Lo scambio di dati per essere efficace, deve essere standardizzato. Ciò fornisce per i processi interni (banche dati, cataloghi) e per i processi esterni (fornitori e clienti), grandi benefici. Da questa idea nacque 15 anni fa il Modello Elettrico di Informazioni Tecniche (ETIM).

ETIM è uno standard per la classificazione dei prodotti dal settore elettrico. Gli articoli sono in una struttura gerarchica piatta –costituiti da prodotti con caratteristiche che descrivono classi.

"L'idea è quella di diventare internazionali",



Fegime Polska Polska è membro di ETIM. Marta Kulza (Gestione Fegime Polska) e Ryszard D'Antoni (ETIM Polska CEO) firmano il contratto.

dice Marta Kulza, amministratore delegato di Fegime Polska. "Ecco perché oggi si chiama ETIM Information Model Tecnico Europeo."

"Era il momento di introdurre ETIM in Polonia", dice Marta Kulza. "Il più grande distributore polacco ha quindi deciso l'istituzione di "Polska ETIM". Dalla firma dei contratti, Fegime Polska è ora membro del ETIM. La traduzione in polacco di ETIM è terminata. Attualmente i gruppi di lavoro sul

commercio e l'industria sono impegnati a cercare di adattare la classificazione dei prodotti alle esigenze dei polacchi. Entro la fine di quest'anno, ETIM sarà pronto in Polonia.

www.etim.org.pl

Azionista

GRANDI OBIETTIVI



Ruskiy Svet è la più grande azienda all'ingrosso del Gruppo Fegime nel più grande paese della terra. Inoltre, gli obiettivi sono più grandi del solito.



Valentin Yuzepchouk

Nel 2008, Ruskiy Svet è entrato nella famiglia di Fegime, diventando il primo partner russo di una realtà della comunità europea. Questo è un fatto di grande importanza per noi che ne siamo onorati.

L'imprenditore tipico europeo è nato 50-60 anni fa, alcuni addirittura 100 anni fa. Ogni successiva generazione conserva le tradizioni pur garantendo l'innovazione.

Noi però vediamo le cose da una prospettiva diversa. Non solo perché siamo nati da soli 16 anni, ma perché non sappiamo se saremo in grado di trasferire la nostra attività anche alla prossima generazione. Questa possibilità non è mai esistita fino ad ora nella storia del nostro paese.

E comunque, noi - i quattro proprietari di Ruskiy Svet - siamo solo dei quarantenni che hanno ancora un sacco di progetti per proprio business.

La nostra azienda è stata fondata durante il periodo della "perestroika". Non abbiamo avuto nulla di più che qualche migliaia di dollari, alcuni computer, un camion e un grande desiderio di fondare una grande azienda.

Sicuramente il crollo della vecchia URSS per noi è stata una grande opportunità, ma d'altra parte,

La distanza tra la nostra estremità occidentale e quella orientale è 4483 km.

non vi era alcuna base giuridica per l'imprenditoria, per non parlare del crimine. E nessuno in Russia ha saputo gestire un'impresa. Abbiamo dovuto insegnare a noi stessi e abbiamo dovuto imparare più velocemente rispetto alla concorrenza.

Per dieci anni abbiamo visitato l'Europa occidentale per imparare da altri grossisti. I

costruttori europei ci hanno aiutato con i contatti. Tutto ci sembra utile, ci adattiamo alla nostra situazione e l'accettiamo. Il nostro obiettivo è quello di diventare leader di mercato in Russia.

Ruskiy Svet attualmente ha 88 uffici in 81 città in tutto il Paese. La logistica è importantissima e vitale perché le distanze sono enormi: La distanza tra la nostra estremità occidentale e quella orientale è 4483 km. Un ruolo importante è svolto quindi dalla crescita della logistica e i nostri centri sono le cellule germinali per espanderci in nuove aree. Al momento abbiamo 7 centri di distribuzione con una superficie di 92.000 metri quadrati. Questa è la base per la fornitura di circa 30.000 clienti in oltre 4000 località.

Quest'anno abbiamo fissato come obiettivo una crescita dei ricavi dell'80 per cento. Il nostro stile di gestione prevede la formulazione di obiettivi impegnativi per poi fare del nostro meglio per risolvere i problemi emergenti durante il percorso.

Al momento abbiamo aperto una filiale dopo l'altra, soprattutto al di là degli Urali, che segnano il confine tra Europa e Asia. Già 19 delle nostre filiali si trovano a est degli Urali. Possiamo quindi dire: il Fegime non è solo un mercato della Comunità europea, ma in qualche misura, è anche quello asiatico. Andiamo ad est!



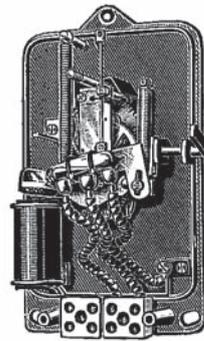
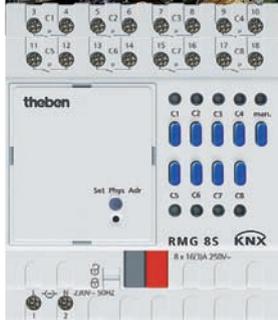
Partner

Efficienza dal 1921

L'efficienza energetica scorre come un filo nella storia di Theben AG che festeggia i 90 anni.

Il maestro orologiaio Paul Schwenk ha iniziato con l'efficienza energetica. Nel 1921 ha fondato la sua azienda di Stoccarda, "Paul Schwenk - Attrezzature", da lui ribattezzata quello stesso anno con il nome Theben. La sua prima grande innovazione fu nel 1930: un timer per le scale, perché la luce brucia costantemente. Il resto è storia: con oltre 30 milioni di unità vendute si tratta di "ELPA", diventato sinonimo di interruttore a tempo.

La gioia di innovare è stata presente anche nei decenni successivi, nonostante la seconda guerra mondiale, la ricostruzione e la ristrutturazione finanziaria dell'azienda. L'azienda è in crescita.



Un importante passo per lo sviluppo risale al 1977: Theben brevetta il "piatto commutatore rotante". Esso consente ancora il passaggio diretto tra programma giornaliero o settimanale di interruttori analogici e cronotermostati. Dopo 80 anni è arrivata la digitalizzazione ed in questo Theben è avanti. Il primo switch digitale risale al 1983.

Dal 1995 Theben è membro dell'Associazione KNX per promuoverne il suo sviluppo. Oggi, Theben è uno dei principali produttori di soluzioni energeticamente efficienti per il controllo del palazzo "Made in Germany". www.theben.de

Prodotti

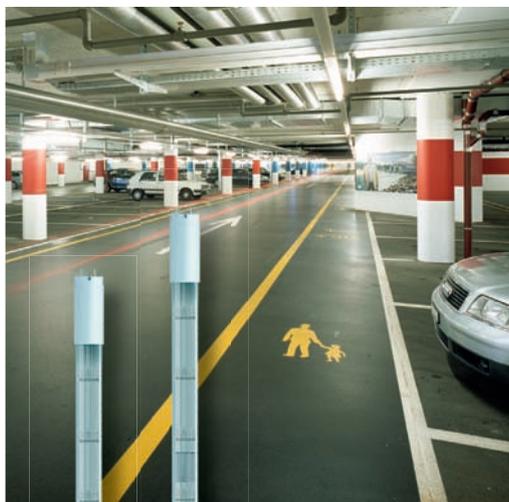
Nuovi LED

Nuovi LED OSRAM permettono di sostituire le vecchie lampadine in maniera facile.

Le lampade fluorescenti sono usate ovunque: negli uffici, nei magazzini, nei parcheggi, nei supermercati, nelle stazioni ferroviarie... "Substitute T8" di Osram è un'alternativa potente e durevole. Infatti consente di convertire gli impianti di illuminazione esistenti T8 36W in tecnologia a LED, quindi ad efficienza energetica.

Quando non si utilizza il "SubstituteT8" è obbligatorio cambiare le luci. Il vecchio starter viene sostituito da uno nuovo che è incluso nel prodotto. L'uso luci rimane intatto.

Mentre le luci convenzionali producono con la loro ampia dispersione spesso più luce del necessario, Substitute consente di risparmiare circa il 40 per cento di energia rispetto a una lampada fluorescente T8 da 36W e può ottenere



I LED di Osram : A sinistra il T8 Substitute. A destra il classico PARATHOM Pro A 60.

Foto (garage): Rainer Rehfeld

con questa alternativa ancora più del doppio di illuminazione.

Ecco poi un altro suggerimento da Osram: a partire dal settembre 2011 la lampada a incandescenza da 60 W sarà vietata in molte parti d'Europa. Anche qui c'è una soluzione energetica molto efficiente e potente. Osram "PARATHOM Pro Classic A 60" è la perfetta LED per sostituzione

di lampade ad incandescenza da 60W. Questa lampada utilizza l'80% di energia in meno rispetto ai suoi predecessori tradizionali. Tutte queste caratteristiche, unite alla lunga durata nel tempo della tecnologia LED, ovviamente comportano una grande riduzione di costi

www.osram.com

Prodotto

Risparmio energetico facile

Nel settore si può risparmiare un sacco di energia. Siemens offre tante soluzioni da un'unica fonte.

Gli azionamenti elettrici sono i più grandi consumatori del settore energetico, e rappresentano circa il 70% del fabbisogno di energia elettrica. Un corretto bilancio energetico rappresenta un fattore decisivo per ridurre i consumi di tutto il sistema! Così entrano in gioco la tecnologia di commutazione efficiente e il cabinet.

Sotto il nome "SIRIUS" vengono riassunti i prodotti Siemens che sono caratterizzati da alta efficienza energetica. La modernizzazione del box medio con questi prodotti offre un risparmio fino al 70% rispetto alle soluzioni convenzionali. La foto sotto mostra come ciò sia possibile.

Ulteriori risparmi derivano dall'utilizzo di alimentatori più piccoli, dal costo più basso per l'aria condizionata e dalle minori spese per la

manutenzione. Questi benefici sono stati esclusi dal calcolo del risparmio annuo.

Prodotti ad efficienza energetica sono la scelta giusta quando si cambia la protezione e il monitoraggio dei motori, e coprono l'intero spettro: dal numero elevato di passaggi a soft start e soft stop senza picchi meccanici o elettrici. Questo porta ad una riduzione dei carichi di picco fino al 60%.

Tutti gli avviatori motore e softstarters sono particolarmente poco ingombranti, rapidi da montare e tramite le AS-Interface o PROFIBUS / PROFINET possono essere facilmente collegati al livello di automazione. Così sono in funzionamento continuo a velocità fissa, una soluzione semplice ed efficiente.

Il cabinet è dotato dei seguenti prodotti della SIRIUS nelle dimensioni S00, S0:

- 28x interruttori di alimentazione
- 16x Relè di sovraccarico
- 46x Contattori
- 4x Avviatori elettronici

La configurazione del cabinet offre:

- Riduzione di 4994 kWh rispetto alla versione tradizionale
- Risparmio di 599,27 € all'anno (Prezzo per kWh da 0,12 €)

I vantaggi in breve:

- Riduzione delle prestazioni a causa della perdita interna dei prodotti
- Minori spese per la climatizzazione e la manutenzione
- Poco spazio occupato



www.siemens.com

Fegime cresce

Nel 2010 le vendite di Fegime hanno raggiunto quota 3,8 miliardi di €, crescendo rispetto al 2009 (3,3 miliardi). Il primo trimestre del 2011 ha mostrato una crescita di tutti i soci, nel 2010 erano solo il 75 per cento.

Fegime Gran Bretagna : Nuovi Stati membri

Il 1° luglio un nuovo membro "ShipElec" si è unito a FEGIME UK. Fondata 11 anni fa, ShipElec è un'azienda relativamente nuova che ha sede a Dartford, nel Kent. I proprietari, Bryan ed Erika Meager, attribuiscono grande importanza al servizio completo ai propri clienti sia dal commercio e dell'industria nonché allo stretto contatto con i fornitori. E ShipElec è in crescita. Lo spazio di stoccaggio sarà aumentato nei prossimi mesi per inserire una più ampia gamma di prodotti del settore delle energie rinnovabili per attrarre un numero maggiore di clienti.

Fegime Ungheria: Nuovi membri

Nel gennaio 2011, Fegime Ungheria ha introdotto due nuovi membri: DL'1 Kereskedelmi Kft e VLG Kábelkereskedelmi Kft.. Il fatturato annuo di Fegime Ungheria cresce a quasi 15 miliardi di fiorini (56 milioni di euro). "E' un grande successo. La nostra quota di mercato con i nuovi colleghi aumenta a circa 20 al 25 per cento del mercato ungherese," dice Hadnagy Erno, direttore del Fegime UNGHERIA.

OSRAM – Siteco Acquisizione perfetta

Il 1° luglio 2011 Osram ha acquisito la Siteco Lighting GmbH. "Con questa acquisizione Osram rafforza la sua posizione come fornitore di soluzioni", ha detto Wolfgang Dehen, CEO di Osram. Attraverso l'acquisizione di Siteco Osram offrirà una gamma di prodotti moderni nel campo dell'illuminazione interna ed esterna.

Prodotti

Luce solo quando necessario

I prezzi dell'energia continuano a salire. Hager ha molti sistemi per consumare meno energia.

L'aumento dei prezzi dell'energia e gli obiettivi climatici dell'Unione europea hanno sollevato la questione: Come risparmiare energia? Si può partire dall'illuminazione e proprio per questo motivo Fegime è partner di Hager con l'obiettivo di risparmiare più efficacemente sui costi energetici.

Rilevatori di movimento può risparmiare fino al 15 per cento

Grazie ai rilevatori di movimento si può risparmiare fino al 15 per cento. Sono oggi disponibili per tutte le posizioni: per il privato e per l'azienda, sia all'interno che all'esterno.

I rilevatori di movimento per uso esterno resistono a vento e intemperie. Possono essere posizionati sui passi carrai, ingressi, cortili o passerelle. Sono

particolarmente pratici: con alcuni dispositivi il ritardo di tempo viene impostato direttamente sul dispositivo. Importanti anche i benefici per la sicurezza grazie ai dispositivi con ampie aree di rilevazione shrink "ospiti indesiderati". Ci sono anche i dispositivi con funzioni aggiuntive per cui si può passare a un'illuminazione casuale per simulare la presenza.

I rilevatori di movimento sono raccomandati per uso interno, ovunque si alloggia solo brevemente - per esempio in corridoi, scale, seminterrati o servizi igienici. Nella scelta delle apparecchiature, si consiglia di cercare in un rivelatore a 360 ° di panorama ed un sistema integrato di interruttore sensibile alla luce.

Rilevatori di presenza, si può risparmiare fino al 40 per cento

I rivelatori di presenza sono più sensibili al movimento. Registrano anche i più piccoli movimenti nello spazio, come le dita su una tastiera. Questi dispositivi possono anche accendere la luce a seconda della luce naturale e della presenza di persone.

Un altro vantaggio: questi rivelatori possono anche controllare la ventilazione, il riscaldamento e le persiane. Così si può anche risparmiare sul costo del riscaldamento o dell'aria condizionata. Soprattutto negli ambienti dove le persone rimangono più a lungo come l'ufficio o la sala conferenze.

L'illuminazione è ancora più conveniente e più economica grazie al sistema "Tebis KNX" Hager che rende possibile fino al 50 per cento di risparmio energetico.



Sopra: I rilevatori di presenza Hager sono costruito con design piatto appena visibile. In basso: rivelatore di presenza con due sensori separatamente ruotabili a 360 ° per una zona di rilevamento molto grande.



Sopra: Il rilevatore di movimento all'aria aperta può essere facilmente programmato. Sotto: Il movimento interno da Hager in una parte del "kallysto.art".



MEETINGS

14.09. – 16.09.11
Assemblea annuale, Milano/Bergamo

19.10. – 21.10.11
Fegime Future, ABB / Busch-Jaeger, Dortmund

27.10. – 28.10.11
Consiglio di Amministrazione, Monaco

16.11. – 18.11.11
Assemblea, Budapest

15.02. – 17.02.12
Fegime Future

01.03. – 02.03.12
Consiglio di Amministrazione, Monaco



www.hager.it