

COMUNICATO STAMPA

Verona, 21.02.2024

Nuova linea "Responsible": BERNER rende più accessibile la salvaguardia dell'ambiente e della salute per i professionisti del settore automobilistico, senza andare a scapito del prodotto

Il Gruppo BERNER, azienda leader nel settore, ha lanciato una soluzione che fornisce ai professionisti del settore automobilistico un chiaro orientamento sull'utilizzo di prodotti chimici più rispettosi dell'ambiente e della salute. La nuova linea "Responsible" è ora disponibile in oltre 20 paesi europei. Con l'aiuto delle etichette "ECO PROTECT" e "USER PROTECT", l'azienda B2B rende più facile ai suoi clienti informarsi sulla sostenibilità e sulla sicurezza delle rispettive soluzioni. L'innovativa gamma si sta ampliando progressivamente. Al momento comprende già diverse decine di prodotti per molte applicazioni comuni nelle officine o nelle concessionarie: dalla pasta per il montaggio degli pneumatici al sigillante per motori, fino al detergente per parabrezza o tappezzeria.

"Ogni giorno siamo molto vicini ai clienti del segmento Mobility grazie alla nostra squadra di consulenti sul campo. Sappiamo che i temi della sostenibilità, della salute e della sicurezza sul lavoro stanno assumendo un ruolo sempre più importante", spiega Alexander Wagner, Head of Product Management Chemicals del Gruppo BERNER. "Molti gestori di officine o concessionari di auto vorrebbero optare per soluzioni più rispettose dell'ambiente e della salute, ma hanno difficoltà a capire quali prodotti scegliere per non scendere a compromessi quando si tratta di prestazioni. È qui che entra in gioco la nostra nuova linea Responsible. Le nostre etichette ECO PROTECT e USER PROTECT permettono di notare a colpo d'occhio quali sono i prodotti chimici che migliorano l'impronta ambientale e vanno a beneficio della salute e della sicurezza sul posto di lavoro, mantenendo al contempo le massime prestazioni."

ECO PROTECT

ECO PROTECT è sinonimo di un lavoro più **sostenibile** e di un approccio più **responsabile** alla natura. I prodotti etichettati in questo modo non inquinano l'ecosistema se utilizzati correttamente e rispettano tutti gli standard richiesti. Secondo i criteri OCSE, queste soluzioni sono facilmente biodegradabili e prive di microplastiche. L'**X-treme parts Cleaner**, ad esempio, è incluso nella **linea Responsible**. Il prodotto **a base d'acqua** è altamente **efficace per la pulizia**. Inoltre, agisce delicatamente sui materiali ed è al tempo stesso efficiente sullo sporco. La sua formula è prodotta con **materie prime di grado alimentare** secondo il metodo OECD 301°. Infine, grazie all'assenza di solventi e di VOC risulta **inodore**.

USER PROTECT

USER PROTECT è sinonimo di **lavoro sicuro** e di un approccio più **responsabile** alla salute. BERNER stabilisce nuovi standard per una vita quotidiana in officina a basso rischio, perché i prodotti chimici altamente performanti non contengono stirene, diisocianati, ftalati, MEKO o sostanze simili che possono avere un impatto negativo sul benessere fisico. Un vero e proprio tuttofare di questa gamma è, tra gli altri, **Effi clean Premium**. Quest'ultimo è realizzato con **abrasivi naturali delicati**, prodotti a partire dai gusci di noce. Effi clean Premium rimuove ogni tipo di sporco: lacche, vernici, sigillanti, resine, adesivi, schiume PU, oli, lubrificanti, e molto altro ancora. Inoltre, è **dermatologicamente testato**.

ECO PROTECT e USER PROTECT

I **prodotti chimici** della **linea Responsible** contrassegnati da entrambe le etichette proteggono sia l'ambiente che la salute dell'utente. Per esempio, il **rimuovi macchie d'olio** è **biodegradabile al 100%**. Il prodotto, che si basa su microrganismi speciali, può essere utilizzato sia su piastrelle che su pavimenti in cemento e funziona così: continua a disgregare l'olio adsorbito sulla superficie anche dopo la rimozione e crea una pellicola che protegge da future fuoriuscite.

"Sono orgoglioso che con la nuova Responsible Line siamo riusciti ancora una volta a implementare uno sviluppo innovativo che sottolinea la nostra immagine di partner affidabile", afferma Peter Schmidt, Chief Sales & Marketing Officer (CSMO) del Gruppo BERNER. "Sappiamo esattamente quali sono le sfide che i nostri clienti devono affrontare ogni giorno e facciamo tutto il possibile per offrire i prodotti e i servizi giusti per rendere il loro lavoro il più semplice possibile. Amplieremo progressivamente la **gamma di prodotti ECO PROTECT e USER PROTECT** e rivedremo regolarmente i criteri di qualità, adattandoli se necessario. I nostri clienti possono così essere certi che la gamma sia sempre aggiornata. Dopotutto, la **sostenibilità** e la **sicurezza** sul lavoro non sono solo una questione di coscienza, ma da tempo rappresentano un vero e proprio **fattore di competitività** per le officine e le concessionarie automobilistiche."

BERNER: leader nel settore chimico

Siamo un'azienda leader specializzata nel settore chimico B2B in Europa. Oltre ai prodotti chimici, offriamo ai nostri clienti più di 100.000 prodotti premium per la riparazione, la cura e la manutenzione nei settori della mobility, dell'artigianato e dell'industria. I nostri servizi da leader del settore aiutano i nostri clienti a svolgere con successo la loro attività, consentendo loro di concentrarsi al 100% sui loro clienti.

La fiducia è una questione personale. Per questo siamo vicini ai nostri clienti e ci dedichiamo alla vendita personale. Con 5 canali: webshop/app, soluzioni di e-procurement, vendite telefoniche, store, ma soprattutto con più di 5.000 consulenti di vendita, siamo a disposizione dei nostri clienti 24 ore su 24, 7 giorni

su 7. In questo modo creiamo più di 12 milioni di punti di contatto personali con i nostri clienti ogni anno.

Con magazzini in 12 paesi e presto 100 store, abbiamo una vera e propria presenza europea. Consegniamo ai nostri clienti su richiesta il giorno stesso e quasi ovunque in Europa entro 24 ore. I nostri clienti ci ringraziano per questo, rendendoci uno degli operatori in più rapida crescita nel nostro mercato, con un fatturato di oltre 1,1 miliardi di euro e una base di oltre 450.000 clienti.