



GIUGNO 2015 N°7
tm

torchianimagazine

MAGAZINE DI INFORMAZIONE
TECNICA E AGGIORNAMENTO
A CURA DI TORCHIANI SRL

04

scenari di settore

**CHIMICA PER
LA GOMMA:
SPECIALIZZAZIONE
E COMPETITIVITÀ**

06

monitor:

**CHIMICA E
INNOVAZIONE:
DOVE, COME
E PERCHÉ**

08

news:

**NUOVO
COMPANY
PROFILE
TORCHIANI**

10

dentro l'azienda:

**FARE SQUADRA
AL SERVIZIO
DEI CLIENTI**





EDITORIALE

A CURA DI
ELISA TORCHIANI
A.D. Torchiani srl

IN EXPO PER INTERCETTARE LA FIDUCIA.

**DOPO AVERNE MOLTO
PARLATO, SIAMO GIUNTI
CONCRETAMENTE
AL MOMENTO DI
EXPO MILANO 2015.
NON È PIÙ TEMPO DI
IPOTESI, PROMESSE
ED ANCHE TIMORI:
L'OPPORTUNITÀ
È GRANDE,
PER L'ITALIA
E PER LA LOMBARDA
IN PARTICOLARE.**

Il tema della manifestazione è altrettanto significativo "Nutrire il pianeta. Energia per la vita". Nei padiglioni delle nazioni partecipanti ad Expo vengono presentate le risposte più avanzate a quella che costituisce una delle sfide essenziali per il futuro dell'intero pianeta. In questo scenario la chimica ha un ruolo decisivo: deve aiutare a sviluppare condizioni di benessere per miliardi di persone e allo stesso tempo saper difendere l'ecosistema. Deve contribuire a migliorare e ottimizzare le filiere produttive, affinché le risorse risparmiate possano essere destinate in cicli virtuosi per le popolazioni e l'ambiente. Un impegno che, nel nostro piccolo, in Torchiani

perseguiamo ogni giorno. Tramite una struttura logistico-organizzativa sulla quale investiamo e vogliamo investire ancora di più, ma soprattutto promuovendo la professionalità del nostro team. Non a caso nelle pagine di questo numero di Torchiani Magazine diamo particolare spazio al nostro staff Tecnico-commerciale: è attraverso il loro lavoro, la loro motivazione e atteggiamento positivo, che il nostro impegno viene portato direttamente ai clienti. Alle loro capacità e alla loro passione l'azienda affida oltre 85 anni di storia e una volontà di innovazione che ci viene riconosciuta da un mercato giustamente sempre più esigente.



A CURA DI
SANDRO TORCHIANI
*Presidente e
A.D. Torchiani srl*

L'OPINIONE

In periodi di "economia severa" come quelli che tutti stiamo vivendo si accentano tanto i comportamenti di risposta positivi alle difficoltà e alle sfide, caratterizzati da intelligenza nei progetti e tenacia nel lavoro, quanto purtroppo certi meccanismi di pensiero che sarebbe sempre meglio non incontrare. O almeno incontrare il meno possibile. Fra questi si collocano certamente il "falso allarmismo" e il cosiddetto "benaltrismo". Da un lato abbiamo persone che gridano spesso "al lupo al lupo", anche per fatti o situazioni oggettivamente non così gravi; d'altro lato c'è chi ripete come un mantra "Ci vuole ben altro..." oppure "tanto non cambia nulla...". Entrambe queste categorie di persone sono fra le più noiose, ma anche dannose per le aziende e i team di lavoro. Riprendendo il grande Manzoni e i suoi Promessi Sposi, possono essere definiti degli "untori". Perché

sottraggono energie positive alle relazioni umane e allo stesso tempo minano la fiducia. Valori che proprio nei momenti più complessi per l'economia e la società andrebbero invece attentamente salvaguardati e incentivati. Sarà un caso, ma i due atteggiamenti negativi prima descritti si rilevano con maggiore frequenza negli apparati burocratici. Le aziende sane, invece, si devono

confrontare con il mercato, devono necessariamente pensare e agire diversamente: la fiducia è il DNA stesso dell'imprenditoria. Così come l'equilibrio e il saper riconoscere ciò che è veramente importante. Le aziende che prosperano sono quelle dove questo atteggiamento positivo è applicato lungo tutta la catena decisionale e operativa. Fuori dagli allarmismi e... dai benaltrismi!

**ESISTE UNA TERZA VIA, POSITIVA,
TRA IL DIRE "CI VUOLE BEN ALTRO"
O GRIDARE "AL LUPO AL LUPO!"**

Chimica per la gomma: specializzazione e competitività

Con l'apporto di Pierluigi Veneri, Direttore Generale Torchiani Srl e responsabile sviluppo della divisione Gomma, tracciamo le dinamiche che stanno caratterizzando lo specifico settore.

Diciamolo subito: nel settore dei prodotti chimici per l'industria della gomma la concorrenzialità è sempre più agguerrita e questa condizione si affianca alla volatilità del prezzo del petrolio. Inoltre sono cambiati diversi aspetti nel dialogo con la filiera commerciale. Solo fino a pochi anni si costruivano rapporti consolidati con i fornitori di prodotto, prevalentemente europei, ed erano loro che assegnavano la distribuzione quasi in esclusiva a specifici partner. Ora lo scenario è più fluido e difficile da gestire: pressoché tutti i produttori si muovono in modo più rapido e su specifici "in put" della domanda. Il mercato è sempre sotto stress, seguendo le dinamiche complessive di produzioni che anch'esse devono rispondere a richieste di ordini quasi "just in time". Questo ha portato i clienti finali a ridimensionare fortemente i loro magazzini. Siamo noi che dobbiamo farlo per loro. Dobbiamo assumerci anche noi dei rischi. Ma se si vuole mantenere i livelli di servizio che in Torchiani

vogliamo confermare, bisogna accettare questa sfida. I clienti finali hanno l'assoluta necessità di ridurre i loro costi di produzione senza incidere sulla qualità: sembra un traguardo ovvio, scontato, ma a ben vedere è assai più complesso di quanto non appaia! Come Torchiani li aiutiamo prima di tutto ricercando sui mercati mondiali prodotti che funzionino benissimo, ma che possiamo offrire a condizioni più competitive. Vi è poi la capacità di offrire prodotti innovativi. Faccio un esempio concreto: nel campo dei plastificanti stiamo proponendo un prodotto che non contiene ftalati. È vero che in Italia non esiste ancora una normativa specifica che impone di non utilizzare gli ftalati, ma per chi vuole intraprendere questa scelta di responsabilità noi già ci siamo, siamo pronti. È solo un esempio, ma significativo, di come ci stiamo muovendo: cerchiamo sicuramente buoni prezzi, ma anche di essere attenti al futuro. Attualmente il fatturato della

divisione gomma sviluppa circa il 15% del complessivo Torchiani. Ma vogliamo crescere. E abbiamo idee e risorse per poterlo fare. Faccio un altro esempio: la silice precipitata. Abbiamo recentemente stabilito un accordo molto valido con uno dei principali fornitori mondiali e il nostro obiettivo è raggiungere già nel 2015 una posizione di rilievo nello specifico mercato italiano. Il nostro obiettivo per il 2015 è crescere in misura significativa rispetto all'anno precedente. La strategia è duplice: offerta di nuovi prodotti e approvvigionamenti che ci permettano di competere meglio in determinati campi applicativi. La nostra attività distributiva e commerciale è, in tal senso, in costante evoluzione. Quindi mi sento di consigliare tutti i nostri clienti ed anche chi non ci conosce ancora bene come partner in questo settore, di mantenere un dialogo molto stretto con i nostri commerciali per verificare novità e offerte.





CONFEZIONAMENTO



TRACCIABILITÀ



CONSERVAZIONE

Chimica e innovazione: dove, come e perché.

Dove va la ricerca? Cosa chiede di nuovo il mercato?

Cosa significa chimica “sostenibile”?

Facciamo sinteticamente il punto su questi temi con Michela Savoldi, responsabile REACH (registrazione valutazione, autorizzazione sostanze chimiche) della Torchiani srl.

“I più importanti cambiamenti in termini di gestione dei prodotti chimici di base sono legati all’entrata in vigore di nuove regole e normative. Nel campo della chimica di base i prodotti sono sostanzialmente “acquisiti” nelle loro caratteristiche e formulazioni. Noi in Torchiani distribuiamo e commercializziamo prodotti ampiamente conosciuti per identità capacità e funzioni: i cambiamenti intervenuti riguardano adeguamenti legislativi, soprattutto sollecitati a livello europeo, per quanto riguarda la conservazione, il confezionamento, la gestione a magazzino e la tracciabilità dello stoccaggio e dei lotti. Così come la trasparenza nelle modalità di trasporto e consegna. Logicamente si legano a queste esigenze le evoluzioni che riguardano direttamente la sicurezza e l’ecosostenibilità. Quindi In Torchiani abbiamo recepito immediatamente queste necessità e abbiamo strutturato la nostra filiera per garantire al cliente la completa tranquillità in ogni aspetto riguardante le nuove normative. Consideriamo anche che il flusso informativo imposto dalle leggi è cambiato tantissimo; il cliente si trova a fronteggiare cambiamenti normativi repentini ed impattanti, spesso non ha gli strumenti e i mezzi, oppure perché ha una struttura piccola e non ha i tempi e le competenze da dedicare.

Un discorso diverso e più articolato meritano altri settori, come i prodotti destinati alle lavorazioni della gomma, i prodotti per la galvanica, gli oli e i fluidi per le lavorazioni meccaniche, i prodotti per il settore agroalimentare. Solo per fare alcuni esempi. In questi casi esistono sempre le evoluzioni normative da applicare, ma intervengono più massicciamente anche le sollecitazioni del mercato, la ricerca, la competizione, la voglia di sviluppare soluzioni sempre più efficaci e capaci di ottimizzare modalità di impiego, risultati e conto economico finale di produzione. Un altro settore dove le evoluzioni sono state e sono notevoli è quello della detergenza. Per certe lavorazioni i cambiamenti imposti da normative più severe hanno portato a dover abbandonare certi prodotti. Pensiamo ad esempio al cromo nella galvanica. Oppure ai solventi clorurati. E’ necessario quindi trovare delle valide alternative. Da ricordare anche l’abbandono dei polifenoli e altre molecole particolari. Un altro esempio sono i sali di boro, dichiarati reprotossici, che venivano utilizzati ampiamente nel settore dell’impregnazione del legno; oppure i perborati, impiegati come sbiancanti ottici nella detergenza dei tessuti. Ora si è passati ai percarbonati. E’ chiaro che non tutti i cambiamenti sono facili e immediati: l’industria,

anche grazie alla nostra collaborazione specialistica, è costantemente alla ricerca di soluzioni alternative. Per noi in Torchiani questo significa anche un gran lavoro di dialogo e di collaborazione con i nostri fornitori. La gamma di relazioni è ampia ed internazionale. Si cercano insieme le soluzioni giuste per quel determinato settore e quella specifica lavorazione. Noi siamo “in prima linea”, sul mercato, e recepiamo le aspettative degli utilizzatori finali. Pensiamo infine al termine “chimica green”; non vorrei sfatare un mito, ma un conto è utilizzare disinvoltamente un termine per fare pubblicità o richiamare attenzione, e un conto è la realtà dei fatti, la concretezza degli scenari. A mio parere l’orientamento green non si attua nel singolo prodotto, ma in scelte che le aziende compiono nel complesso delle loro filiere. Mi spiego meglio: per attuare una vera sostenibilità è corretto applicare soluzioni migliorative tali per cui posso utilizzare prodotti meno invasivi per l’ambiente proprio perché solo tecnologicamente all’avanguardia. Oppure lavoro con sistemi organizzativi moderni che mi permettono di impiegare meno prodotti impattanti. La chimica può aiutare, certamente, ma l’industria, così come l’agricoltura, sono scenari complessi che richiedono approcci globali.”

Nuovo Company Profile Torchiani

Uno strumento utile per conoscere la realtà aziendale in tutti gli aspetti istituzionali e di offerta. Molto più che una presentazione, il riferimento per capire cosa caratterizza Torchiani srl e come incentivare favorevolmente il dialogo collaborativo.

La realizzazione del nuovo Company Profile Torchiani coincide con il traguardo degli 85 anni di storia dell'azienda. Un fatto significativo, che funziona simbolicamente da anello fra ciò che è stato realizzato da tre generazioni della famiglia Torchiani, quello che rappresenta oggi sul mercato e, guardando al futuro, ciò che caratterizza le prospettive di una ulteriore crescita. Presentarsi e "raccontarsi" non è mai facile: si rischia di dire troppe cose o, al contrario di ometterne alcune che potrebbero essere utili a determinati target di interlocutori. In collaborazione con l'agenzia di comunicazione La Stanza Bordeaux di Brescia, che ormai da alcuni anni cura l'immagine e la comunicazione dell'azienda, è stato



scelto un percorso di esposizione dei contenuti che unisce completezza dei temi e comodità di "lettura". Il concetto base è sintetizzabile nel concetto di "Innovarsi nel rispetto dei valori originari", non a caso posto immediatamente all'attenzione di chi fruisce lo strumento. Su questo principio si articolano poi le varie sezioni, che volutamente puntano ad evidenziare la vastità della gamma dell'offerta, che fa di Torchiani srl un riferimento di fiducia per molti settori produttivi e di lavoro. Una grafica moderna, brillante e allo stesso tempo autorevole, comunica il "tono", la dinamicità di un'azienda consapevole dell'importanza dei prodotti che commercializza, ma anche convinta del valore della disponibilità e del servizio.

PER RICEVERE IL NUOVO COMPANY PROFILE TORCHIANI È SUFFICIENTE FARNE RICHIESTA TRAMITE IL SITO WWW.TORCHIANI.COM OPPURE SCRIVENDO A INFO@TORCHIANI.COM

I PRINCIPALI TEMI DEL COMPANY PROFILE
L'ESPERIENZA + I VALORI GUIDA + L'ORGANIZZAZIONE + LA STRUTTURA +
I SETTORI D'OFFERTA + IL SERVIZIO + LE INIZIATIVE



Dentro l'azienda

Fare squadra al servizio dei clienti



Lo Staff tecnico-commerciale

Un team di specialisti con esperienze diversificate e competenze in varie discipline, uniti dall'obiettivo di offrire alla clientela risposte convincenti e competitive.

MICHELE VALETTI



“Siamo proprio una bella squadra” - dice subito Michele Valetti, Direttore commerciale Torchiani e “mister” del gruppo, presentando i suoi ragazzi.

“Abbiamo accettato volentieri di farci fotografare proprio come un team, perché ci sentiamo così. Anche se, come giustamente è stato evidenziato nelle immagini, ognuno ha proprie specifiche competenze, ha maturato esperienze diverse e soprattutto opera in campi dedicati per fornire la migliore consulenza ed assistenza tecnico-commerciale ai propri clienti. L'elemento unificante, che speriamo emerga anche dalle foto, è proprio la volontà di fare gruppo nelle proprie individualità lavorative, vale a dire di sviluppare l'interscambio di informazioni e i reciproci consigli sulle necessità, che stanno crescendo un po' in tutti i settori. I tratti unificanti restano per la nostra attività il tempismo di risposta e la professionalità nel fornire consigli che nascono appunto in Torchiani, riferimento pluridisciplinare a livello di commercializzazione e distribuzione di prodotti chimici. Abbiamo creato una squadra che sa fare rete grazie anche al sostegno che ci proviene ogni giorno dall'azienda a tutti i livelli, dalla ricerca di nuove soluzioni all'organizzazione di gestione degli ordini. Certamente, inutile nascondere, la partita non è mai facile, anzi è diventata sempre più dura. Per questo siamo anche orgogliosi di essere sul mercato realizzando risultati importanti. Non lo diciamo noi, lo dice il nostro pubblico: i clienti. Scendiamo in campo ogni giorno per loro!”.

FRANCO GHIANDA



In campo nel settore: prodotti intermedi per il settore farmaceutico (responsabile di settore).

“La mia attività logicamente continua a basarsi sulla lunga esperienza specialistica acquisita nella società Ghianda di Peschiera Borromeo, assorbita da Torchiani nel 2010. Io mi occupo di un settore, quello farmaceutico, che è stato colpito dalla crisi ma in modo forse più disomogeneo e diversificato che in altri campi produttivi. La clientela che curo ha mantenuto la sua continuità. Bisogna però certamente offrire sempre di più. Per fortuna per noi è ancora la qualità del servizio che si pone come elemento competitivo strategico. E su questo fronte in Torchiani sappiamo fare la differenza”.

RICCARDO TOSI



In campo nel settore: Lubrificanti per macchine utensili e prodotti per il settore della meccanica (responsabile di settore).

“Per quanto riguarda il nostro settore stiamo cercando di crescere ulteriormente con l'inserimento di nuove persone. Giovani, ma già ben preparati e soprattutto motivati. Abbiamo la volontà e la capacità di credere in un mercato parallelo a quello della chimica di base. La famiglia Torchiani ci sostiene in questo impegno e crede con noi nello sviluppo delle specialities. È chiaro che questo significa prima di tutto monitorare con attenzione ciò che offrono i mercati esteri, dove la ricerca sta offrendo proposte decisamente innovative”.

Lo Staff tecnico- commerciale

MICHELE GROPPI



In campo nel settore: prodotti chimici di base.

“Negli ultimi mesi si è evidenziata una crescita di attività tanto nel dialogo con l'industria alimentare come nel campo della lavorazione dei metalli. Personalmente sto programmando di impegnarmi in modo sempre più intenso nel settore dei prodotti per la detergenza, grazie anche a nuove proposte che sono entrate in gamma. Questo ci permette di fare new business e rafforzare nel contempo il rapporto con i clienti già esistenti. Io seguo soprattutto il territorio di Bergamo e coordino l'attività su Milano e Verona. Anche in queste realtà, dopo anni piuttosto bui, si sta intravedendo la luce in fondo al tunnel”.

GIANLUCA CABRINI



In campo nel settore: Prodotti per trattamento superficiale dei metalli, galvanica e preparazione alla verniciatura (responsabile di settore).

“Dopo anni molto difficili per il mercato, anche nel consolidato scenario economico bresciano, stiamo assistendo ad un ripresa che appare sempre più consistente. Di pari passo cresce l'esigenza di fare meglio a costi ottimizzati. Anche per la chimica quindi, e per noi, la sfida è veramente impegnativa. Rispondiamo cercando per i nostri clienti nuove soluzioni, oltre che perfezionare tutte le modalità di dialogo, cominciando dalla flessibilità nelle forniture, che sono sempre più pensate e organizzate azienda per azienda.”

ERVIN CINTI



In campo nel settore: prodotti chimici di base.

“La parola magica oggi è internazionalizzazione. Le imprese che stanno crescendo sono quelle che hanno saputo guardare oltre i consueti confini. Un esempio significativo, che verifico ogni giorno nel dialogo tecnico-commerciale con i clienti, è il mercato USA e nord americano. Non si tratta solo di aumentare le vendite, ma di acquisire una certa mentalità evoluta. In ricerca e sviluppo soprattutto. La conseguenza positiva è una maggiore attenzione anche alle nostre proposte, alle novità che Torchiani sottopone e argomenta.”

FLORIO VALACCHI



In campo nel settore: prodotti chimici di base.

“Il periodo economico di crisi ha operato una selezione molto severa in diversi settori e comparti. I volumi di richieste sono ancora deboli se li rapportiamo ad alcuni anni fa. I clienti guardano ai mercati esteri, logicamente, vogliono essere competitivi. Ma è una partita molto complessa, come Torchiani cerchiamo di coadiuvarli il più possibile: prima di tutto con la gamma di prodotti e quindi con un'articolazione di servizio che permette di trovare nella nostra struttura praticamente quasi tutte le soluzioni. Questo significa meno tempo da perdere e razionalità dei costi”.

ERMES VENERI



In campo nel settore: chimica di base e prodotti per il settore gomma.

“Il mercato nel settore di cui mi occupo è sempre più fluido. Però dobbiamo essere coscienti: il mercato in generale che ormai è così. Nei prodotti destinati al settore gomma siamo molto condizionati da variabili come il prezzo del petrolio e le contingenze internazionali. Ma dobbiamo imparare ad essere reattivi e propositivi. Ecco perché siamo alla costante ricerca di prodotti nuovi per entrare nel mercato. A ciò si aggiunge l'aiuto logistico: i clienti evitano di fare magazzino per cui è gioco forza che Torchiani si sta impegnando ancora di più in questo senso”.

SIMONE BERTOCCHI



In campo nel settore: prodotti chimici di base.

“Sono arrivato in Torchiani sulla base di una pluriennale esperienza tecnico-commerciale nel settore della chimica di base. Mi occupo prevalentemente della Regione Emilia Romagna, dove risiedo. Anche nella nostra regione qualche spiraglio di crescita esiste. Ci sono aziende che tornano con contratti importanti dall'America piuttosto che dall'India. Torchiani propone una gamma di prodotti talmente significativa, all'interno di una sua piattaforma integrata, da essere sicuramente competitiva anche in Emilia Romagna. Sto puntando ora sul settore galvanico, ma ho progetti ad ampio raggio”.

ANDREA MINGARDI



In campo nel settore: Lubrificanti per macchine utensili e prodotti per il settore della meccanica.

“In Lombardia il settore manifatturiero sta riprendendo vigore, in particolare nella provincia di Brescia, il territorio in cui opero prevalentemente, e in produzioni ad elevata specializzazione. Come Torchiani ci proponiamo con una gamma ben articolata, che ci permette di creare un dialogo stabile con i clienti. Chi comincia a conoscerci, difficilmente ci abbandona! Stiamo sviluppando l'azione anche in campi produttivi come la pressofusione e la lavorazione dell'ottone che sono cresciuti. Per noi è fondamentale essere molto celeri nelle consegne. È un plus che si sta rivelando vincente”.

DONOVAN MARAGNA



In campo nel settore: Lubrificanti per macchine utensili e prodotti per il settore della meccanica.

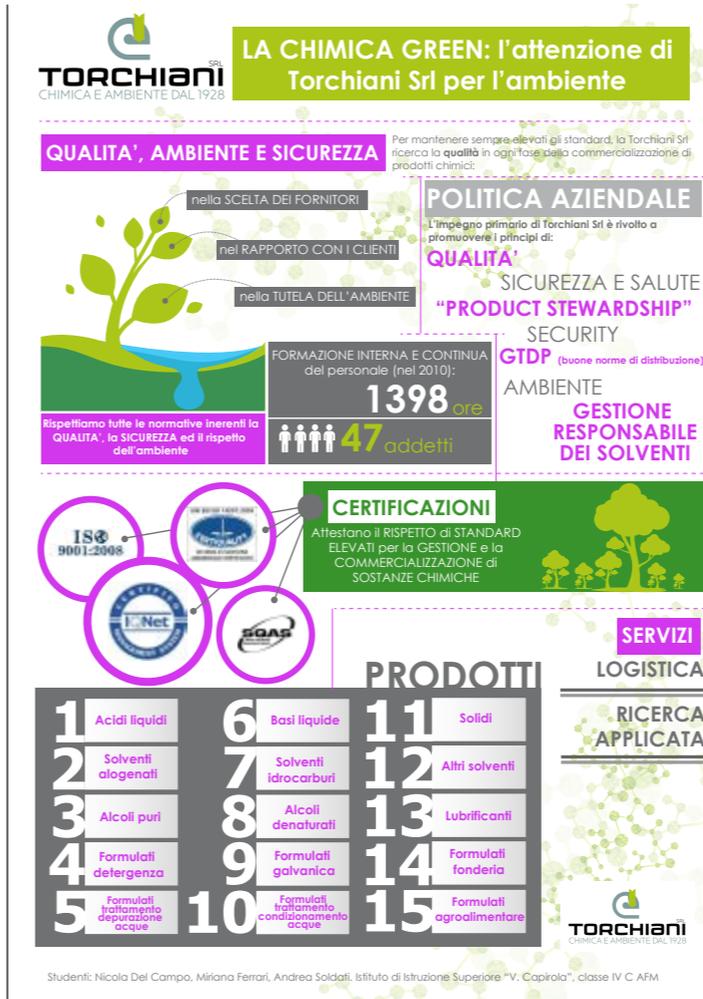
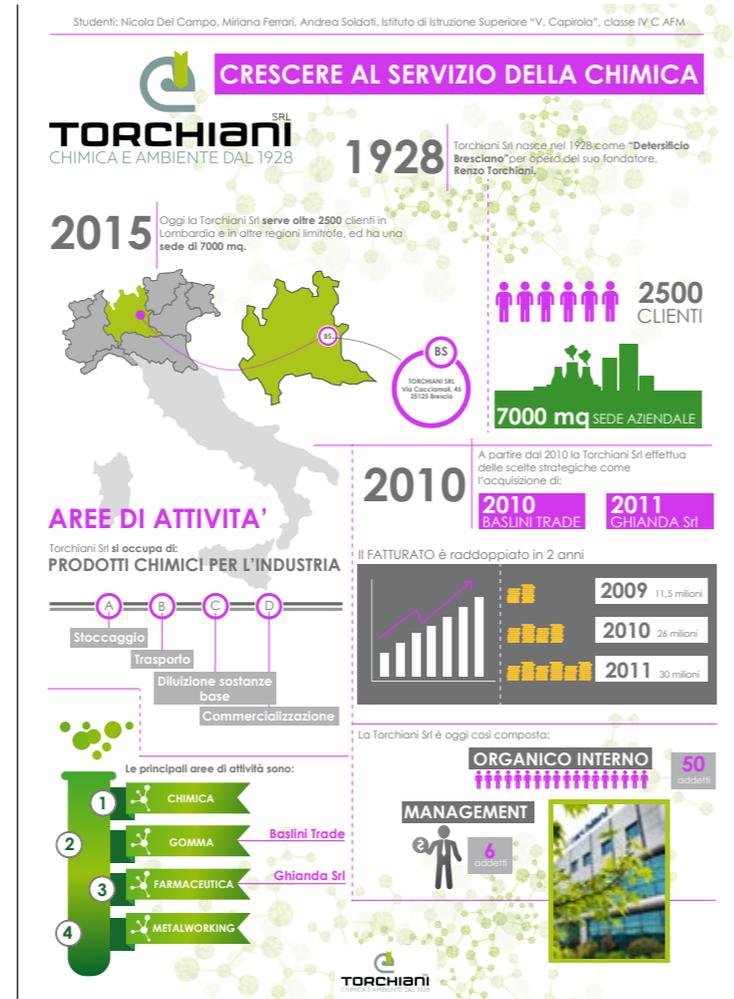
“Sono entrato da pochi mesi nell'organico Torchiani: nel team mi trovo bene, anche se ovviamente devo ancora acquisire tutte le dinamiche di strategia. A livello di mercato mi sembra che il mio settore abbia possibilità di crescere, senza però mai dimenticare le difficoltà del momento. Il tratto caratterizzante delle richieste e delle nostre risposte è la specializzazione. Per quanto riguarda la Torchiani abbiamo interessanti prospettive di sviluppo anche in territori limitrofi alle aree storiche. Proprio questo è l'impegno fondamentale del mio lavoro”.

La chimica fa nuovamente scuola

Nell'ambito dell'iniziativa OPEN DAY promossa da AIB, l'azienda superiore per un mini seminario dedicato alla chimica e quindi che "raccontano" la loro visita in azienda.

da Torchiani ha prima ospitato tre classi di scuola media lanciato un'iniziativa agli studenti: realizzare elaborati originali

Nell'ambito della Quinta Giornata Nazionale delle Piccole e Medie Imprese (tenutasi nello scorso mese di novembre), un particolare significato riveste l'Open day "Industriamoci" che permette a classi di istituti superiori di entrare nelle aziende e vederne la realtà produttiva e organizzativa. Gli studenti possono così conoscere direttamente le PMI, i motivi che ne fanno la spina dorsale dell'economia del Paese. Anche quest'anno l'azienda Torchiani ha aderito con entusiasmo all'iniziativa, ospitando tre classi accompagnate dai propri insegnanti. L'evento è stato ulteriormente valorizzato con la gradita visita del Prefetto di Brescia, Dott.ssa Narcisa Brassesco Pace, che ha voluto portare un saluto agli studenti, ricordando il valore della formazione in una fase tanto delicata della loro crescita.



Per mantenere attivo e vivace il dialogo con gli studenti che hanno visitato l'azienda, lo staff manageriale Torchiani ha pensato di lanciare anche un'altra iniziativa: chiamarli a svolgere un elaborato che racconti sinteticamente l'open day che hanno vissuto e quanto hanno colto da questa opportunità. Presentiamo qui un significativo elaborato pervenuto in azienda. Un ottimo lavoro, che evidenzia come i messaggi dell'evento sono stati correttamente recepiti e interpretati con lo spirito e la freschezza che giustamente deve caratterizzare le giovani generazioni.

Elaborato di Nicola Del Campo, Miriana Ferrari e Andrea Soldati della classe IV C AFM dell'Istituto Capirola di Leno.

IL SERVIZIO GLOBALE PER IL MONDO DELLA MECCANICA.



METALWORKING propone un mondo di soluzioni per le filiere della meccanica e le officine. Le risposte più efficaci e innovative nel campo dei lubrificanti, delle emulsioni e dei fluidi per le sempre più esigenti richieste della lavorazione dei metalli con macchine utensili.


TORCHIANI SRL
CHIMICA E AMBIENTE DAL 1928

via Cacciamali 45 | 25125 Brescia | Italy
t. +39.030.3511411 | f. +39.030.3511444
info@torchiani.com | www.torchiani.net