

## Cataloghi di prodotti della TANNER



Navigare

Trovare

Ordinare

## Introduzione di sistemi per la compilazione di cataloghi

I nuovi sistemi per la realizzazione automatica di cataloghi di prodotti a partire da una banca dati centrale, neutrale rispetto ai mezzi di pubblicazione, incontrano un grande interesse. I produttori di sistemi per la compilazione di cataloghi promettono risparmi di fino al 30 per cento per la pubblicazione nei vari mezzi di distribuzione (cataloghi stampati, realizzazione di CD-ROM, introduzione di sistemi di shopsoftware e e-procurement).

Circa il quattro per cento di tutte le aziende che hanno affrontato il problema della pubblicazione dei cataloghi, utilizzano un sistema per la compilazione di cataloghi. Il 96 per cento delle aziende realizzano i propri cataloghi ancora in modo convenzionale e tradizionale (Word, FrameMaker, PageMaker, InDesign, QuarkXpress).

Circa 25 aziende offrono sistemi per la compilazione di cataloghi. A prima vista i sistemi si assomigliano molto. In quasi tutte le aziende vi è una cosiddetta struttura della gamma di prodotti, nell'ambito della quale i dati sono fissati in una gerarchia ben precisa (gruppi di prodotti, sottogruppi di prodotti, prodotti).

I cataloghi stampati contengono per lo più strutture piane con un ordine sequenziale, ovvero le tabelle, i formati destinati all'e-business spesso risultano dall'assemblaggio di testi o elementi di testo

differenti mentre per i cataloghi online sono necessari dati fortemente strutturati. Eliminando le prestazioni di redazione, l'acquisto dei sistemi per la realizzazione di cataloghi inclusa l'installazione e la prima compilazione abbatta i costi da circa 30.000 fino a 120.000 Euro per ciascuna pubblicazione. I costi di licenza ammontano in media da 25.000 a 70.000 Euro. Le prestazioni per l'introduzione del sistema rappresentano un costo da non sottovalutare. In questo contesto, il costo per l'adeguamento varia notevolmente da un fornitore all'altro.

Le aziende che pianificano l'introduzione di un sistema per la compilazione di cataloghi, impiegano parecchio tempo nella scelta di un fornitore. Per questo motivo, in molti casi una grossa fetta del budget viene consumata già

» Continua a pagina 2

### EDITORIALE



La riduzione dei cicli di vita dei prodotti, l'internazionalizzazione crescente e la focalizzazione su singoli gruppi target con esigenze individuali

sono le sfide alle quali oggi voi e la vostra dovete far fronte. Gli effetti sul processo di realizzazione dei cataloghi di prodotti sono enormi. Mentre in passato la stesura dei cataloghi avveniva pagina per pagina, in futuro questi cataloghi verranno realizzati con il supporto di banche dati e in modo automatizzato. Tuttavia, la premessa essenziale perché ciò sia possibile è che tutte le informazioni (immagini, descrizioni e così via) siano opportunamente strutturate. Questo comporta un costo, ma anche un valore, elevatissimi. Perché soltanto delle informazioni strutturate, che in futuro potranno essere riutilizzate nei cataloghi più diversi, consentono di risparmiare in termini di tempo e di costi.

Anche se attualmente non state utilizzando ancora nessun sistema per la compilazione di cataloghi, vi offriamo l'opportunità di realizzare il vostro catalogo con il nostro sistema. In questo modo, voi e noi insieme, apporteremo vantaggi preziosi a favore della vostra azienda. Così, se in futuro utilizzerete un sistema per la compilazione di cataloghi, il prezioso lavoro preliminare sarà già stato fatto.

Vostro Helmut Tanner

### INDICE

Introduzione di sistemi per la compilazione di cataloghi.....	1+2
Elementi fondamentali della rielaborazione di un catalogo.....	3
Quanto costa il vostro catalogo?.....	5
Impressum.....	5
Un anno di produzione di cataloghi supportata da banca dati per Arbonia.....	6
Indirizzi.....	6

» Continua da pagina 1

Introduzione di sistemi per la compilazione di cataloghi

nella scelta dei prodotti. Ciò nondimeno, la successiva messa in produzione del sistema comporta spesso costi elevati inaspettati.

L'esperienza mostra che, nel caso di pubblicazioni di cataloghi preparate in modo non accurato, con un sistema per la compilazione di cataloghi i costi di realizzazione rispetto alla produzione manuale (Word, Excel, DTP) possono crescere rapidamente di un fattore compreso tra 2 e 4.

Un processo di management ben sviluppato aiuta a ridurre questi costi.

La soluzione best-practice della TANNER garantisce la buona riuscita dell'introduzione di un sistema per la compilazione di cataloghi – dalla concezione, fino alla scelta ed alla messa in produzione del sistema.

La soluzione best-practice della TANNER si articola nelle seguenti fasi principali:

**1 Concezione del catalogo**

Il cliente effettua l'ordine dal fornitore che gli offre la soluzione ottimale al suo problema. Di conseguenza, lo scopo della concezione del catalogo è rendere reperibili il più rapidamente possibile i prodotti richiesti garantendo condizioni ottimali di navigazione.

**2 Trasferimento di dati / strutture di dati**

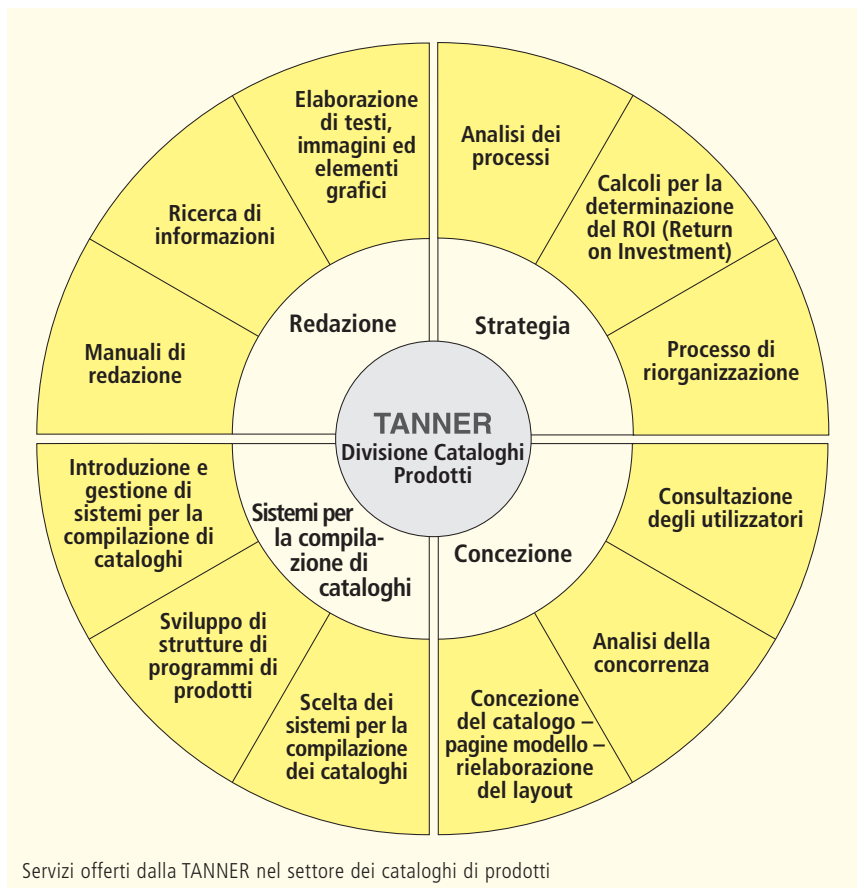
I dati strutturati sono necessari affinché in un secondo tempo sia possibile realizzare in modo efficiente cataloghi internazionali o gamme di prodotti selezionati. I dati esistenti devono essere adeguatamente strutturati e trasferiti nel sistema installato (spesso a partire da tabelle Excel o mediante conversioni XSLT).

**3 Prima stesura**

In questa fase viene effettuata la prima stesura di un catalogo a partire dalla struttura del programma di prodotti del sistema per la compilazione di cataloghi. Sulla base delle pagine modello vengono definite ed implementate le regole per i processi di pubblicazione automatizzati. Quanto più rapidamente avrà luogo questa implementazione sulla base delle pagine modello, tanto più rapidamente verranno assorbiti eventuali costi aggiuntivi imprevisi.

**4 Ripubblicazione di un catalogo esistente**

In questa fase, la sfida più grande è trovare il giusto equilibrio tra generazione standardizzata e ripetibile e adeguamento dei cataloghi alle caratteristiche ed alle gamme di prodotti specifiche dei singoli Paesi.



Servizi offerti dalla TANNER nel settore dei cataloghi di prodotti

**VANTAGGI / BENEFICI**

- Le soluzioni best-practice consentono un risparmio in termini di tempo e costi.
- Il cliente sa che la realizzazione dei suoi cataloghi è affidata a degli esperti e che quindi può concentrarsi completamente sulle attività chiave della sua azienda.
- Le conoscenze in materia di best-practice in possesso dei collaboratori TANNER garantiscono ai nostri clienti cataloghi orientati agli utilizzatori e di alto livello qualitativo.

Per ulteriori domande e informazioni rivolgetevi a:  
**Alexander Ulrich**  
 Responsabile Divisione Cataloghi Prodotti  
 Tel. +49 (0) 83 82 / 272 - 1 14  
 E-Mail: alexander.ulrich@tanner.de

# Elementi fondamentali della rielaborazione di un catalogo

Con la rielaborazione del catalogo rivestite gli stessi contenuti con una nuova struttura semplice da usare. In questo modo il vostro giro d'affari e i vostri utili aumentano in misura significativa.

La rielaborazione di un catalogo si basa su tre elementi fondamentali opzionali, organizzati in modo razionale: analisi, consultazione degli utilizzatori e concezione o elaborazione del layout.

Questi elementi fondamentali rimangono nel contempo elementi di p-

restazione indipendenti, per cui la TANNER può adattare l'estensione della prestazione alle esigenze individuali del cliente.

Di seguito trovate una descrizione più precisa dei tre elementi fondamentali della rielaborazione di un catalogo.

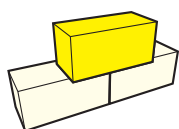


Per la rielaborazione del vostro catalogo rivolgetevi a:

**Tobias Hieber**, Project manager Cataloghi Prodotti

Tel. +49 (0)83 82/272-192

E-Mail: tobias.hieber@tanner.de



## Con gli occhi dell'utilizzatore – l'analisi del catalogo

Per rielaborare un catalogo orientandolo alle esigenze dell'utilizzatore, in primo luogo è necessario scoprire cos'è che non funziona nel catalogo esistente. Perché i rischi che l'utilizzatore non riesca ad orientarsi in un catalogo sono quasi tanto numerosi quanto i prodotti in esso contenuti.

Qui di seguito vi forniamo una piccola selezione di domande che noi poniamo nell'ambito dell'analisi di un catalogo:

- **Navigazione:** Nel sommario l'utilizzatore riceve le informazioni (tecniche) necessarie, per orientarsi già al livello della gamma di prodotti? In che modo vengono utilizzati le intestazioni e i piè di pagina? L'indice, o gli indici, sono sufficientemente rappresentativi e dettagliati? I riferimenti incrociati sono ben riconoscibili e i prodotti corrispondenti sono organizzati in modo chiaro?
- **Struttura delle pagine di prodotto:** I prodotti simili sono immediatamente distinguibili l'uno dall'altro (nome prodotto)? Le caratteristiche secondarie dei prodotti sono espresse in modo completo ma ordinate nella descrizione di prodotto? L'utilizzatore viene condotto attraverso una sorta di "imbuto" (dalla caratteristica importante a quella meno importante) al modello più appropriato del prodotto? Le tabelle per l'ordinazione sono organizzate in modo uniforme?
- **Connessione tra prodotto e accessori:** L'utilizzatore è in grado di riconoscere immediatamente quale accessorio è

richiesto per un determinato prodotto o gruppo di prodotti? Viceversa: Quale accessorio è adatto a più prodotti?

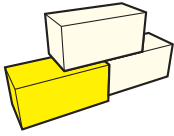
Dove deve essere collocato – in un capitolo dedicato agli accessori o direttamente alle pagine che seguono la descrizione del prodotto?

- **Modalità di ordinazione:** Dalla ricerca al contatto telefonico: L'utilizzatore riceve sempre la giusta "dose" di informazioni per effettuare un ordine completo e soprattutto privo di errori?
- **Layout, tipografia, coerenza del testo:** Gli elementi grafici possiedono buone caratteristiche descrittive e sono inseriti nella giusta quantità? Vi sono troppi formati di testo oppure ve ne sono troppi pochi? Le unità SI (Sistema Internazionale) sono uniformi, attuali e comprensibili da tutti?

A tale proposito un'analisi adeguata tiene conto del fatto che il catalogo ha anche altre funzioni oltre a quella di "semplice" guida per l'utilizzatore. Quindi, di regola il corporate design dell'azienda deve essere adeguatamente trasformato tenendo conto di vari aspetti di marketing – dalla messa in evidenza di deter-

Per la TANNER analisi di un catalogo significa: Leggere il catalogo con gli occhi dell'utilizzatore e porre le basi per una struttura, in cui l'utilizzatore sia in grado di orientarsi rapidamente e, se lo desidera, di effettuare un ordine.

minati marchi fino alla terminologia utilizzata nelle designazioni dei prodotti – e differenziarsi in modo significativo dai cataloghi della concorrenza. Questa operazione dovrà essere supportata da un'analisi preliminare della concorrenza. Sulla base della sua pluriennale esperienza nel campo della concezione e produzione di cataloghi, la TANNER può ricorrere ad una serie di strumenti approvati: checklist elaborate minuziosamente combinano le conoscenze accumulate in fasi di verifica semplici da eseguire. Un'ampia selezione di cataloghi di prodotti di tutti i settori contribuisce all'individuazione di problematiche simili e all'approntamento di soluzioni adeguate – perché è sì vero che la ruota deve essere montata adeguatamente, ma non per questo deve essere sempre reinventata. E inoltre: l'esperienza e il know-how degli esperti di cataloghi sono insostituibili. Al termine dell'analisi viene allestito un riepilogo dettagliato o presentazione con l'indicazione di pagine campione, in modo tale che sia possibile individuare a colpo d'occhio i punti di forza e i punti deboli del catalogo attuale.



## Ricerca della base – la consultazione degli utilizzatori

La domanda chiave per la rielaborazione di un catalogo è la stessa: Come se la cava il cliente, l'utilizzatore, con il catalogo?

Vi sono delle domande alle quali non è stata prestata attenzione? Se sì, la consultazione degli utilizzatori risponderà a queste domande.

La consultazione degli utilizzatori della TANNER con utilizzatori selezionati funziona come il test di utilizzabilità ben noto, ad esempio, in ambito siti web/internet.

Nel campo della concezione di cataloghi, esistono numerose situazioni per le quali una consultazione degli utilizzatori è particolarmente utile, ad esempio:

- Gestione, formato ed eventualmente mezzo di pubblicazione del catalogo sono sul banco di prova.
- La ricerca sul campo fornisce sempre un feedback negativo per quanto riguarda la documentazione commerciale e/o le difficoltà di comprensione presenti nel catalogo.

- La modalità di ordinazione (formalità) deve essere modificata.
- La gamma di prodotti deve essere ampliata – possibilmente con marchi nuovi, di forte impatto.
- Si deve valutare lo stato delle informazioni/conoscenze del gruppo target per approntare una nuova pubblicazione.

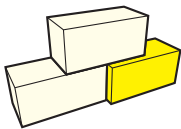
In questo contesto, è importante sapere come l'utilizzatore svolge il lavoro di tutti i giorni e con quali criteri seleziona i propri prodotti.

Nella consultazione degli utilizzatori la TANNER combina domande tematiche mirate con una gestione aperta dei

Per la TANNER consultazione degli utilizzatori significa: Verificare punti di forza e punti deboli alla base di un catalogo oppure fare un resoconto delle conoscenze esistenti presso il cliente, per adeguare di conseguenza la successiva pubblicazione.

colloqui e un accertamento di competenze concrete. Così i clienti vengono osservati ad esempio mentre effettuano una ricerca di informazioni e un ordine esemplificativo: Durante lo svolgimento del compito, agli utilizzatori viene richiesto di fare le proprie riflessioni ad alta voce.

Infine, entrambi gli interlocutori riflettono sulle fasi di lavoro svolte, analizzano in maniera approfondita le difficoltà riscontrate, si informano direttamente circa desideri ed alternative degli utilizzatori.



## Così sembra – concezione ed elaborazione del layout

L'analisi e la consultazione degli utilizzatori hanno gettato le basi per una nuova concezione del catalogo. In che modo si procede?

La TANNER converte le conoscenze acquisite in una nuova concezione valida, che comprende innanzitutto i seguenti ambiti:

- Struttura del programma di prodotti (in stretto accordo con il cliente): Definizione/orientamento estensione e gerarchia dei gruppi di prodotti e prodotti. Rappresentazione della struttura nella navigazione
- aspetto esteriore convincente ("layout del catalogo"): riorganizzazione di tutti i campi citati nel paragrafo "Analisi del catalogo" (navigazione, layout + tipografia, pagine di prodotto, sommari e indici analitici...)
- Pagine dedicate all'attività di marketing: Posizione e contenuto delle pagine dedicate all'attività di marke-

ting (es. pagina con indirizzi di contatto, presentazione dell'azienda o di un particolare gruppo di prodotti)

In questo contesto, il lavoro dei collaboratori TANNER può essere definito esperto e al tempo stesso orientato alle esigenze individuali: esperto, perché dall'esperienza TANNER in materia di progetti scaturiscono processi di realizzazione ben sperimentati ("Best Practice") nonché una vasta conoscenza delle soluzioni riconosciute in tutto il settore delle pubblicazioni di cataloghi. Con qualche modifica, queste soluzioni possono essere adottate, sotto forma di strategia, anche per altri cataloghi. Orientato alle esigenze individuali perché, ad esempio, la gamma di prodotti e la struttura del programma di prodotti

Concezione ed elaborazione del layout per la TANNER significano: Sulla base di un'analisi accurata delineare una soluzione su misura, che dalla struttura al layout fino ai dettagli relativi ai testi, tenga conto di tutti gli aspetti del catalogo.

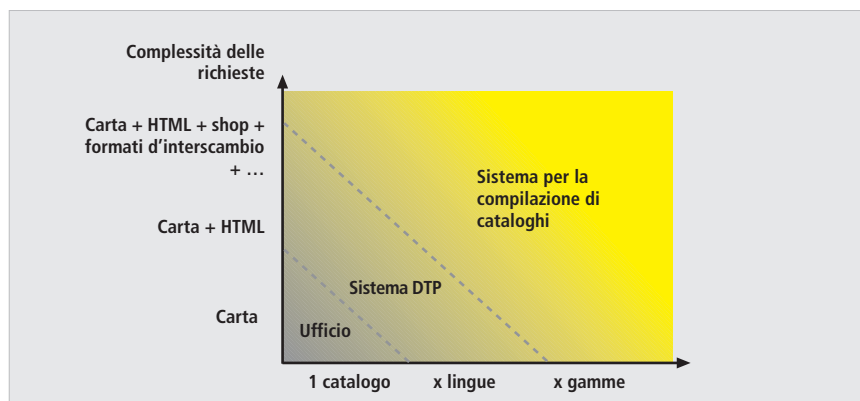
che ne risulta avranno, per ciascun catalogo, un aspetto differente e corrispondentemente, ad esempio nell'ambito della navigazione, avranno di volta in volta una modalità di rappresentazione propria. Per tutti questi motivi conviene che gli analisti, i progettisti e i redattori lavorino fianco a fianco nello stesso team!

Affinché il cliente possa, nel vero senso della parola, farsi un'idea del nuovo catalogo, la TANNER appronta delle pagine modello relative ad un gruppo di prodotti "tipico". I risultati – realizzabili immediatamente – dell'intero processo di rielaborazione vengono presentati al cliente sotto forma di presentazione.

## Quanto costa il vostro catalogo?

### Quando vi conviene un sistema di questo tipo?

Prima bastava pubblicare un catalogo in una lingua una volta all'anno, oggi vengono pubblicati cataloghi in più lingue con gamme di prodotti specifiche per Paese. Contemporaneamente, aumentano le richieste di mezzi di pubblicazione differenti: cataloghi su carta, CD-ROM, shop-catalog, cataloghi specifici per determinati mercati e per i clienti chiave più importanti. Ogni cliente richiede un mezzo di pubblicazione differente.



Matrice decisionale sistema per la compilazione di cataloghi

### Quanto costa il vostro catalogo?

I costi per la produzione di un catalogo dipendono direttamente da fattori come:

- numero di lingue
- estensione della gamma
- numero di articoli
- costi di processo
- costi di stampa
- nuove richieste come classificazioni e formati di interscambio (es. ecl@ss, BMEcat)

Altri fattori nascosti e indiretti contribuiscono all'aumento dei costi dei cataloghi, come ad esempio:

- errori di traduzione
- traduzioni multiple di testi identici
- problemi di armonizzazione
- immagini ed elementi grafici non uniformi
- errori di contenuto e quindi ritardi di pubblicazione
- ritardo nella consegna dei cataloghi

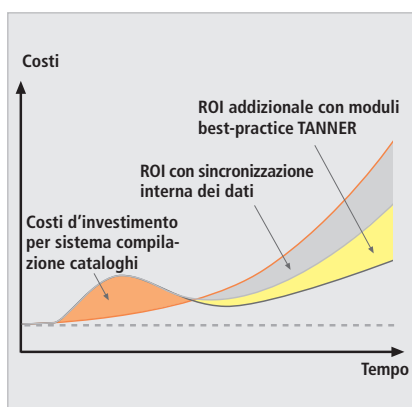
La TANNER offre una pluralità di prestazioni strategiche, per rendere proficua la vostra attività di marketing. Offriamo soluzioni che contribuiscono ad aumentare il fatturato e a ridurre i costi:

- outsourcing della realizzazione di cataloghi, pubblicazione decentralizzata nelle succursali dell'azienda oppure centralizzata (obiettivo: ridurre i costi)
- ottimizzazione dei processi (obiettivo: ridurre i costi)
- rielaborazione o "rinnovamento" del catalogo (obiettivo: aumentare il fatturato)
- realizzazione manuale del catalogo o produzione (semi)automatizzata con un sistema per la compilazione di

cataloghi (obiettivo: ridurre i costi, aprire nuovi canali di vendita)

Dopo l'aumento iniziale dei costi d'investimento dovuto all'acquisto di un sistema per la compilazione di cataloghi, si otterrà un ROI significativo sia nel medio che nel lungo termine. Questo potrà essere ulteriormente incrementato con l'impiego dei moduli best-practice TANNER, il cui metodo di lavoro standardizzato è basato su un'esperienza pluriennale.

Noi della TANNER vi supportiamo nell'analisi dei potenziali di risparmio e di incremento del fatturato con metodi di lavoro ben sperimentati.



Andamento del ROI – Introduzione di un sistema per la compilazione di cataloghi

### Analisi TANNER per l'ottimizzazione del vostro catalogo

La TANNER calcola per voi il potenziale di risparmio della vostra produzione di cataloghi. L'analisi prevede il rilevamento dei costi effettivi del catalogo e mostra i potenziali di risparmio. Siete interessati? Inviare un e-mail all'indirizzo [info@tanner.de](mailto:info@tanner.de) con la parola chiave "Ottimizzazione del catalogo".

Vi contatteremo al più presto.

**IMPRESSUM**

**Editore**  
TANNER AG  
Kemptener Straße 99  
D-88131 Lindau (B)  
Telefon +49 (0) 83 82 / 272 - 0  
Telefax +49 (0) 83 82 / 272 - 900  
E-Mail: [info@tanner.de](mailto:info@tanner.de)  
<http://www.tanner.de>

**Comitato di redazione di questa Edizione**  
Georg-Friedrich Blocher, Theo Hafner,  
Andreas Hett, Tobias Hieber, Christoph Kohler,  
Uwe Peschka, Helmut Tanner, Alexander Ulrich,

**Stampa**  
Stamperia Kling

Riproduzione – anche parziale – consentita solo tramite preventiva autorizzazione scritta dell'editore. La TANNER AG non si assume nessuna responsabilità per manoscritti e fotografie non richiesti. L'ABZ è distribuita gratuitamente agli interessati. Pertanto, non sussiste alcun diritto a ricevere la rivista.

## Un anno di produzione di cataloghi supportata da banca dati per Arbonia

L'obiettivo del progetto era introdurre un sistema di pubblicazione supportato da una banca dati. Già 3 mesi dopo l'avvio del progetto è stato possibile produrre le prime pagine del catalogo.

Ad oggi sono state pubblicate più di 5000 pagine di cataloghi in tedesco, francese, italiano e inglese. Entro la fine dell'anno, dovrebbero essere pubblicate più di 1000 pagine in sei settimane. Per vincere questa sfida, le competenze delle persone coinvolte devono cooperare in modo ottimale.

### Competenza in materia di sistemi

Attualmente, nel sistema per la compilazione di cataloghi impiegato, vengono gestite parecchie migliaia di modelli di radiatori e parecchie centinaia di articoli accessori. In passato, si rifletteva in maniera scrupolosa su come gli articoli dovevano essere gestiti e combinati nel sistema, al fine di ottenere un processo efficiente di riorganizzazione o modifica dei prodotti. Così un obiettivo era, ad esempio, al momento della generazione dei cataloghi, tenere conto dei prezzi e delle informazioni tecniche. Con i sistemi per la compilazione di cataloghi, è stato possibile ridurre di circa il 75% il numero degli articoli da gestire. Un altro esempio era la spaccatura tra neutralità dei mezzi di pubblicazione e informazioni relative al layout, che comportava la necessità di effettuare reimpaginazioni manuali. Grazie ai sistemi per la compilazione di cataloghi, i costi di rielaborazione del layout sono stati notevolmente ridotti. Ed eventuali eccedenze di informazioni non disturbano, perché per gli i mezzi di pubblicazione queste informazioni possono semplicemente essere ignorate. Per il cliente Arbonia il sistema viene impiegato a occhi chiusi. Esso è il punto centrale per la gestione di tutti i dati di prodotto e le immagini ed è uno strumento insostituibile, per generare automaticamente e rapidamente ad esempio listini prezzi con gamme di prodotti variabili.

### Competenza in materia di processi

Per la realizzazione di cataloghi di radiatori singoli la TANNER applica un processo di redazione rigoroso. Una volta

definiti i dati di base (ad esempio definizione precisa della gamma di prodotti) viene approntato un modello di correzione per il nostro cliente. Dopo ripetute verifiche i dati di stampa vengono sottoposti ad una procedura di autorizzazione. In questo contesto, l'obiettivo è sempre:

- presentare al cliente soltanto le correzioni da verificare, ovvero quelle più recenti,
- le correzioni, che vengono evidenziate in un punto, devono ovviamente essere effettuate anche in altri punti, ad esempio, come nel caso di correzione di termini specialistici.

Questo può significare, effettuare più pubblicazioni parallele mantenendo evidenziate ed eseguendo le correzioni anche tra una pubblicazione e l'altra. Allo stesso tempo è importante organizzare in modo efficiente i processi orientandoli al sistema per la compilazione di cataloghi, per realizzare ad esempio i seguenti obiettivi:

- approntare ed importare rapidamente nuovi dati di prodotto nonché
- combinare in modo affidabile i prodotti desiderati per una nuova pubblicazione.

Per mantenere trasparente questo sapere in materia di processi di redazione e di sistemi per la compilazione di cataloghi e per poterlo trasmettere anche ai clienti, sono state allestite guide alla redazione, in cui sono descritte procedure ben sperimentate.

### Competenza in materia di contenuti

La combinazione delle competenze in materia di sistemi e di processi garantisce rapidità, garanzia di qualità, semplicità ed economicità nella pubblicazione dei cataloghi, mentre la competenza in materia di contenuti garantisce comprensibilità, completezza, conformità e alto grado di strutturazione. La competenza dei redattori TANNER consiste nel

- conoscere i prodotti nelle rispettive situazioni di utilizzo,
- porre le giuste domande nella fase di ricerca delle informazioni,
- saper creare elementi grafici nuovi,



- e adeguare continuamente i cataloghi alle nuove richieste.

In questo modo gli utilizzatori del catalogo (ad esempio, installatori di radiatori o commercianti all'ingrosso) avranno un catalogo altamente efficiente e di alto livello qualitativo, con cui essi potranno individuare rapidamente il prodotto giusto e successivamente ordinarlo senza alcuna difficoltà.

### Content sells

Il risultato è chiaro: Soltanto lo scorso anno sono stati prodotti sette cataloghi. Inoltre è stata posta la base perché in futuro, a partire da una gestione di dati autorizzati e strutturati, sia possibile produrre altri mezzi di pubblicazione come internet-shop, CD, e cataloghi di linee di prodotti parziali.

### INDIRIZZI

#### TANNER AG

Kemptener Straße 99, D-88131 Lindau (B)  
Tel. 00 49 / 83 82 / 2 72 - 1 19  
Fax 00 49 / 83 82 / 2 72 - 9 00  
E-Mail: info@tanner.de

#### Niederlassung Nürnberg

Regensburger Str. 334 a, D-90480 Nürnberg  
Tel. 00 49 / 9 11 / 2 14 50 - 0  
Fax 00 49 / 9 11 / 2 14 50 - 11  
E-Mail: info@tanner.de

#### Niederlassung Reutlingen

Am Heilbrunnen 47, D-72766 Reutlingen  
Tel. 00 49 / 71 21 / 14 49 34 - 10  
Fax 00 49 / 71 21 / 14 49 34 - 20  
E-Mail: info@tanner.de

#### Tanner Translations GmbH+Co

Markenstr. 7, D-40227 Düsseldorf  
Tel. 00 49 / 2 11 / 17 96 65 - 0  
Fax 00 49 / 2 11 / 17 96 65 - 29  
E-Mail: info@translations.tanner.de

**TANNER**   
rende la tecnica comprensibile

Ulteriori informazioni  
[www.tanner.de](http://www.tanner.de)