

# ha

household appliances

# factory

domestic, professional, industrial components & solutions

tecniche nuove

ISSN 2612-2758



Manufacturer of **oxy-hydrogen gas generators for brazing.**

From water to oxygen and hydrogen.  
**No more gas cylinders.**  
High quality, safe brazing.

**Copper, steel, aluminium, brass brazing.**



[www.oweld.com](http://www.oweld.com)

7

SEPT 2021

**ZOOM** Cleaning and sanitizing in Horeca sector • **TECHNOLOGIES** UVC: how assuring safety? • **SUSTAINABILITY** Covid does not stop the WEEE collection • **FOCUS MARKET** Components in the world



9 772612 275008

10007>

MASSIMILIANO LUCE

# Custom-made HINGES

*Thanks to new projects and solutions, CMI, a manufacturer of hinges for household appliances that is part of the SABAF group, continues to grow by working in close contact with its customers, to whom it proposes effective ad hoc products*

**T**

he pandemic has upset many markets, not all of them. Some companies are going through the current period, which is as complex from an economic point of view as few others, and still achieving positive results.

One example, in this direction, is CMI, an Italian company that designs and manufactures mechanical hinges for household appliances.

«CMI is experiencing a particularly positive moment», says in fact Paolo Santini, CEO of CMI, «both due to the favorable conjuncture that our sector is experiencing as a result of the pandemic, which forcing people to a “more homemade” life has determined a very important growth in the demand for household appliances; and due to a series of new projects under development born not only with traditional customers, but also thanks to the commercial synergy created following CMI's entry within the SABAF group».



## Three strengths

Today there are at least three strengths that CMI relies on every day, operating on the market. First of all skills, a value that can make the difference.

«Competence and technical know-how allow us to be able to respond promptly to our clients' requests, with innovative and effective solutions, even in business sectors that were previously far from our standards», Santini emphasizes. «I believe this is a distinctive element, which is allowing and will allow CMI to represent more and more a reference point in the market of hinges for household appliances».

The second strength on which CMI rests relates to the quality of its relationship with customers. «The



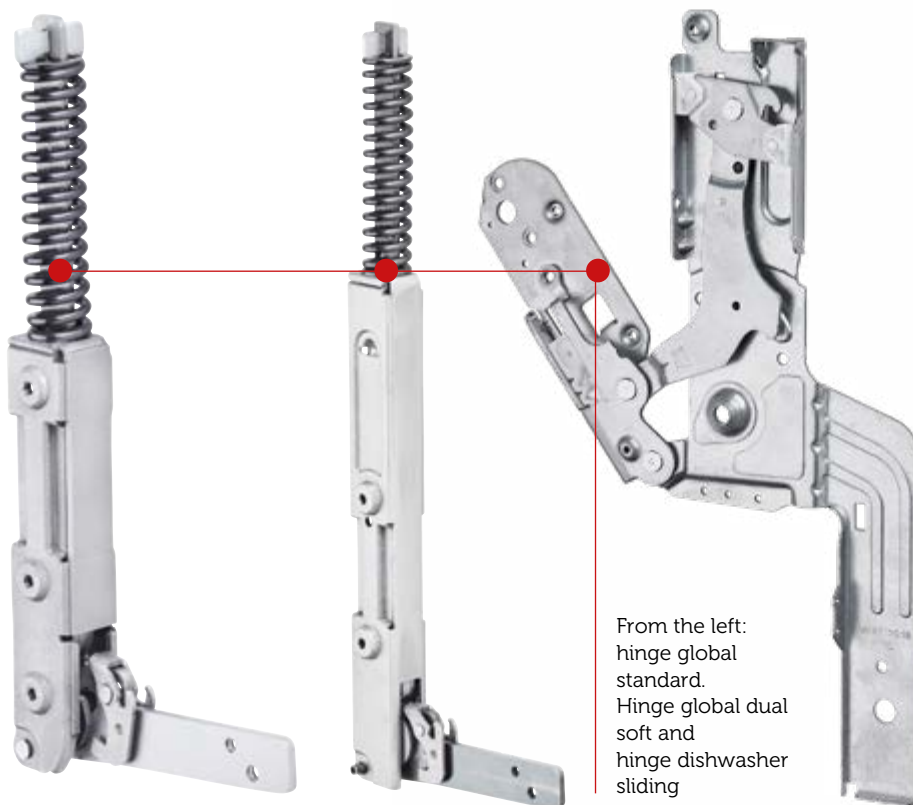
long-term relationship with many of them, to be considered partners and not just suppliers, allows us to look at the business relationship with our customers not only in terms of price competition, but also and above all in a win-win logic of cooperation for development and growth». Equally important for Santini is being part of the SABAF group. «Being part of a multinational group able to support more solidly and effectively the development of the business is our third strenght: being part of the SABAF group has allowed CMI not only to strengthen its presence on the market, but also and above all to be able to develop the growth strategy that we had in mind for years and that alone or with the previous industrial partner seemed more complex to achieve. Our goal was and is to be “glocal:” global and local at the same time. Thanks to joining the SABAF group, I am convinced that we will be able to achieve it».



### A partner for the client

The “new normality” generated by the pandemic is certainly creating new market balances, which see the emergence of new needs and trends replacing others that have characterized the past. A set of changes grasped by CMI itself, in order to update and enrich its business strategies.

«The pandemic has certainly forced all our customers, including large multinationals, to rethink their business model, both at the production and logistics management level», confirms Santini. «This will be an opportunity for us, but it could also be a threat. What we see is that our customers are increasingly interested in having partners that can support their global platforms in close proximity to strategically relevant areas for production purposes. Thinking of serving the world from Crespellano, a hamlet in the municipality of Valsamoggia in the province of Bo-



From the left: hinge global standard. Hinge global dual soft and hinge dishwasher sliding



Paolo Santini, CEO di CMI

logna, was anachronistic, and post-pandemic it will be even more so».

As a result, to meet the upcoming market challenges, CMI will develop its business strategy in multiple directions. «In short: sustainable innovation, production internationalization in areas of high strategic importance, diversification of the product and customer portfolio».

### Strolling into the future

Speaking of products, CMI is ready to bet on one in particular for the future. «We have developed an innovative modular hinge that, starting from a common standard basic structure, will be able to be implemented in terms of functionality (soft, dual soft, motorized) and performance (multi-balance) according to the targeted requirements of the customer». On these bases, CMI can look to the future with confidence, setting clear objectives for the second half of 2021, which are: «to finalize an important negotiation with a new customer that is emerging as an important new player; to go into production with an important project for one of our multinational customers; to develop an innovative project of a hinge for side by side refrigerator doors for a new important customer that will allow us to strengthen ourselves in this sector too», concludes Santini.

## CERNIERE SU MISURA

**L**a pandemia ha stravolto molti mercati, non tutti. Qualche società sta attraversando l'attuale periodo, complesso sotto il profilo economico come pochi altri, raggiungendo ugualmente risultati positivi. Un esempio, in questa direzione, è rappresentato da CMI, azienda italiana che progetta e produce cerniere meccaniche per elettrodomestici.

«La CMI sta vivendo un momento particolarmente positivo», racconta infatti Paolo Santini, CEO di CMI, «- sia dovuto alla favorevole congiuntura che il nostro settore sta vivendo per effetto della pandemia, che, costringendo le persone ad una vita "più casalinga", ha determinato una crescita molto importante della domanda di elettrodomestici; sia dovuto ad una serie di nuovi progetti in fase di sviluppo, nati non solo con clienti tradizionali, ma anche grazie alla sinergia commerciale sorta a seguito dell'ingresso di CMI all'interno del gruppo SABAF».

### Tre punti di forza

Oggi sono almeno tre i punti di forza su cui CMI fa affidamento quotidianamente, operando sul mercato. Innanzi tutto le skills, un valore in grado di fare la differenza.

«La competenza ed il know-how tecnico permette di essere in grado di rispondere in modo tempestivo alle richieste dei nostri clienti, con soluzioni innovative ed efficaci, anche in settori di business che prima erano lontani dai nostri standard», sottolinea Santini. «Ritengo sia un elemento distintivo, che sta consentendo e consentirà a CMI di rappresentare sempre di più un punto di riferimento nel mercato delle cerniere per elettrodomestici».

Il secondo punto di forza su cui poggia CMI riguarda la qualità del rapporto con i clienti. «La relazione di lungo periodo con molti di loro, per essere considerati dei partner e non solo dei fornitori, ci consente di guardare alla relazione di business con i nostri clienti non solo in termini di competizione sui prezzi, ma anche e soprattutto in una logica win-win di cooperazione per lo sviluppo e la crescita».

Altrettanto importante per Santini risulta fare capo al gruppo SABAF. «L'essere parte di un gruppo multinazionale in grado di sostenere in modo più solido ed efficace lo sviluppo del business è il terzo punto di forza: essere entrati nel gruppo SABAF ha consentito a CMI non solo di rafforzare la propria presenza sul mercato, ma anche e soprattutto di poter sviluppare quella strategia di crescita che avevamo in mente da anni e che da soli o con il precedente partner industriale sembrava più complessa da realizzare. Il nostro obiettivo era ed è quello di essere "glocal": globali e al tempo stesso locali. Grazie all'ingresso nel gruppo SABAF, sono convinto che saremo in grado di realizzarlo».

### Un partner per il cliente

La "nuova normalità" generata dalla pandemia sta certamente creando nuovi equilibri di mercato, che vedono emergere inedite esigenze e tendenze in sostituzione di altre che hanno caratterizzato il passato. Un insieme di mutamenti colti dalla stessa CMI, al fine di aggiornare e arricchire le proprie strategie di business.

«La pandemia ha sicuramente costretto tutti i nostri clienti, comprese le grandi multinazionali,



a ripensare il loro modello di business, sia a livello produttivo che di gestione logistica», conferma Santini. «Questo sarà per noi un'opportunità, ma potrebbe essere anche una minaccia. Quello che vediamo è che i nostri clienti sono sempre più interessati ad avere dei partner in grado di sostenere le loro piattaforme globali in prossimità delle aree strategicamente rilevanti ai fini produttivi. Pensare di servire il mondo da Crespellano, frazione del comune di Valsamoggia in provincia di Bologna, era anacronistico e post-pandemia lo sarà ancora di più».

Di conseguenza, per affrontare le prossime sfide di mercato, CMI svilupperà la sua strategia di business in più direzioni. «In sintesi: innovazione sostenibile, internazionalizzazione produttiva in area ad alta rilevanza strategica, diversificazione del portafoglio prodotti e clienti».

### A spasso nel futuro

A proposito di prodotti, su uno in particolare CMI è pronta a scommettere per il futuro. «Abbiamo sviluppato una innovativa cerniera modulare che, a partire da una struttura base standard comune, sarà in grado di essere implementata per funzionalità (soft, dual soft, motorizzata) e prestazioni (multi bilanciamento) a seconda delle richieste mirate del cliente». Su queste basi, CMI può guardare al futuro con fiducia, fissando obiettivi chiari per la seconda metà del 2021: «concretizzare una importante trattativa con un nuovo cliente che sta emergendo come nuovo rilevante player; andare in produzione con una importante iniziativa per un nostro cliente multinazionale; sviluppare un innovativo progetto di una cerniera per porte frigo side by side per un nuovo importante cliente che ci permetterà di rafforzarci in questo settore», conclude Santini.