



BLUGAS

BOMBOLE E COLLAUDI

GAS TECNICI E MEDICALI

1991: Nasce BLU GAS, da parte dell'attuale amministratore Oscar Di Pilato. Blugas opera prevalentemente nel mercato locale e si occupa di manutenzione e rivendita di estintori per antincendio e di materiale per antinfortunistica.

1994: Il Core-Business aziendale si sposta verso il mercato delle bevande. In questi anni Blugas opera su tutto il territorio italiano, specializzandosi nella manutenzione e collaudo di bombole destinate all'uso alimentare.

1997: Blugas ottiene la prima certificazione secondo gli standard ISO 9000. Vengono acquisiti nuovi clienti tra cui i comandi provinciali dei Vigili del Fuoco per i quali si eseguono manutenzioni e collaudi di bombole ad uso autorespiratori e numerosi clienti della subacquea.

2000: Blugas decide di investire sulle risorse umane e sulle infrastrutture con lo scopo di incrementare il Business nel mercato alimentare e nel mercato dei gas tecnici. E' in questi anni che si acquisiscono i primi clienti nell'ambito dell'industria dei gas tecnici.

2002: Nuovi investimenti sulle infrastrutture. Vengono notevolmente ampliate le aree produttive. Viene acquistato un nuovo impianto di verniciatura a polveri, ad alta automazione, che, affiancato agli impianti preesistenti consente un cospicuo incremento della produzione. In questi anni Blugas effettua diversi investimenti in nuovi impianti e macchinari e nella formazione tecnica del proprio personale destinato alla produzione.

2003: I processi aziendali ed il supporto documentale vengono adattati ai nuovi requisiti della norma ISO 9001:2000. Nel corso dei primi mesi dell'anno Blugas ottiene la certificazione secondo i nuovi standard ISO 9001.

2005: L'estensione delle aree produttive non consente più di rispondere in maniera efficace alle richieste del mercato. In questi anni Blugas è ormai leader nella rivendita di bombole in alta pressione destinate al mercato alimentare, tecnico e medicale. Il Core-Business aziendale comprende anche manutenzioni di bombole destinate al mercato dei gas tecnici e medicali. Al termine di quest'anno inizia lo spostamento della produzione in nuovi e più ampi stabilimenti. Si progettano nuovi investimenti per le infrastrutture delle nuove aree produttive. E' di questo periodo il cambiamento della forma societaria dell'azienda che si trasforma da S.A.S in S.R.L.

2006: Nel corso del primo semestre terminano i trasferimenti delle aree produttive; vengono trasferiti anche gli uffici delle direzioni tecnica e commerciale nella nuova sede di Coriano di Rimini. E' l'anno dei grandi cambiamenti: nuovi impianti di verniciatura ad alta automazione e di granigliatura interna consentono a Blugas di effettuare un vero e proprio "salto di qualità" in termini di capacità produttiva. Durante il 2006 termina anche il percorso di certificazione per l'iscrizione all'albo delle imprese che effettuano la gestione dei rifiuti contenenti amianto. E' proprio grazie all'ottenimento di questa iscrizione ed alla successiva certificazione dei processi da parte della AUSL che Blugas può effettuare collaudi su bombole di acetilene in perfetto accordo alle normative vigenti.

2007: Vengono ulteriormente potenziati gli anelli della catena produttiva. Il reparto collaudi bombole viene spostato in una nuova sede produttiva ove viene installato un impianto collaudi ad alta automazione. Nel corso di quest'anno Blugas ottiene un importante risultato in termini di certificazione ottenendo la qualifica secondo il "Modulo II" della Direttiva europea 99/36/CE (T-PED). Blugas diviene un riferimento a livello nazionale per i collaudi di bombole di acetilene.

2009-2010: Vengono effettuati nuovi investimenti in impianti di produzione

ne

BLUGAS



*Dal nuovo alla manutenzione completa,
a garanzia dell'intero ciclo di vita della bombola, in sicurezza...
per gas tecnici e medicali.*



I Servizi di Manutenzione

BLUGAS



- ⊗ Revisione periodica di bombole in alta/bassa pressione per gas compressi e liquefatti
- ⊗ Revisione periodica di bombole per acetilene
- ⊗ Revisione periodica ad ultrasuoni in accordo agli standard EN 1968, EN 1802
- ⊗ Revisione e Manutenzione Pacchi bombole
- ⊗ Cambio d'uso bombole (Gas di destinazione)
- ⊗ Smaltimento di bombole per gas compressi, disciolti e liquefatti
- ⊗ Sabbiatura interna
- ⊗ Fosfatazione interna
- ⊗ Lavaggio e ripristino bombole da agenti inquinanti
- ⊗ Sabbiatura esterna
- ⊗ Verniciatura a polveri o a liquidi anche con processi speciali
- ⊗ Personalizzazione bombole a mezzo punzonatura o stampa serigrafica
- ⊗ Essiccazione "Spinta" di bombole per l'uso con gas alimentari, medicali, puri ed ultrapuri
- ⊗ Montaggio/sostituzione Valvole, tubi pescanti, cappellotti di protezione
- ⊗ Test di tenuta/Prove di permeabilità in alta pressione
- ⊗ Ricarica di gas CO2/Azoto ad uso alimentare
- ⊗ Fornitura di servizi in ausilio alla gestione tracciabilità del cliente
- ⊗ Consulenza tecnico-normativa
- ⊗ Rottamazione e smaltimento
- ⊗ Stoccaggio

Dal nuovo alla manutenzione completa, a garanzia dell'intero ciclo di vita della bombola, in sicurezza... per gas tecnici e medicali.



Revisioni e Collaudi Gas Compressi e Liquefatti

Revisione Periodica

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.

Collaudo a Ultrasuoni

Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa.

Revisione e Manutenzione pacchi bombole

Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no. Se l'Agenzia ha un'idea nuova e migliore, diversa da quanto stabilito, deve come minimo accompagnarla con una nuova strategia che sia giusta e valida.

BLUGAS dal 1991

Revisioni e Collaudi Gas Compressi e Liquefatti

Revisione Periodica

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.

Collaudo a Ultrasuoni

Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa.

Revisione e Manutenzione pacchi bombole

Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no. Se l'Agenzia ha un'idea nuova e migliore, diversa da quanto stabilito, deve come minimo accompagnarla con una nuova strategia che sia giusta e valida.

BLUGAS dal 1991

Verniciatura e Personalizzazioni

Sabbiatura Esterna

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore.

Punzonatura e Personalizzazione

Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa.

Verniciatura

Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no.

Stampa Serigrafica

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.



Servizio Consulenza Tecnica e Legislativa

Rottamazione e Smaltimento

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.

Stoccaggio Materiali

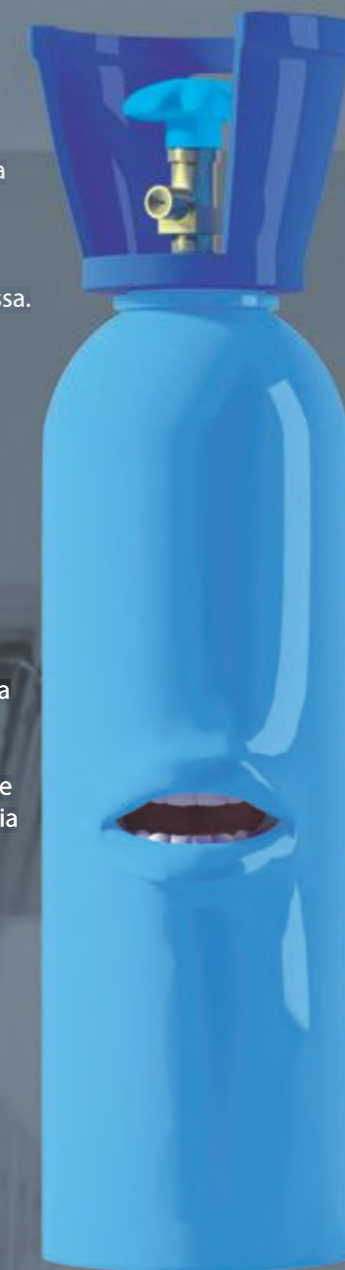
Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio.

Reparto Tecnico

Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no. Se l'Agenzia ha un'idea nuova e migliore, diversa da quanto stabilito, deve come minimo accompagnarla con una nuova strategia che sia giusta e valida.

Trasporti

Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati.



Montaggio Valvole e Accessori

Sabbiatura interna, Lavaggio, Fosfatazione, valutazione

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato.

Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.

Montaggio accessori ed Essiccazione bombola

Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa.

Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.



Ricarica Bombe

Ricarica Bombe

Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa.

Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no. Se l'Agenzia ha un'idea nuova e migliore, diversa da quanto stabilito, deve come minimo accompagnarla con una nuova strategia che sia giusta e valida. Non ci sono eccezioni a questa regola. Dovete respingere senza rimpianto ogni idea pubblicitaria che sia in contrasto con la personalità del prodotto, con l'immagine che avete deciso di creare.



Revisione e Collaudi Bombole Acetilene

Revisione periodica bombole di acetilene e ripristino solvente acetone o Dmf

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato.

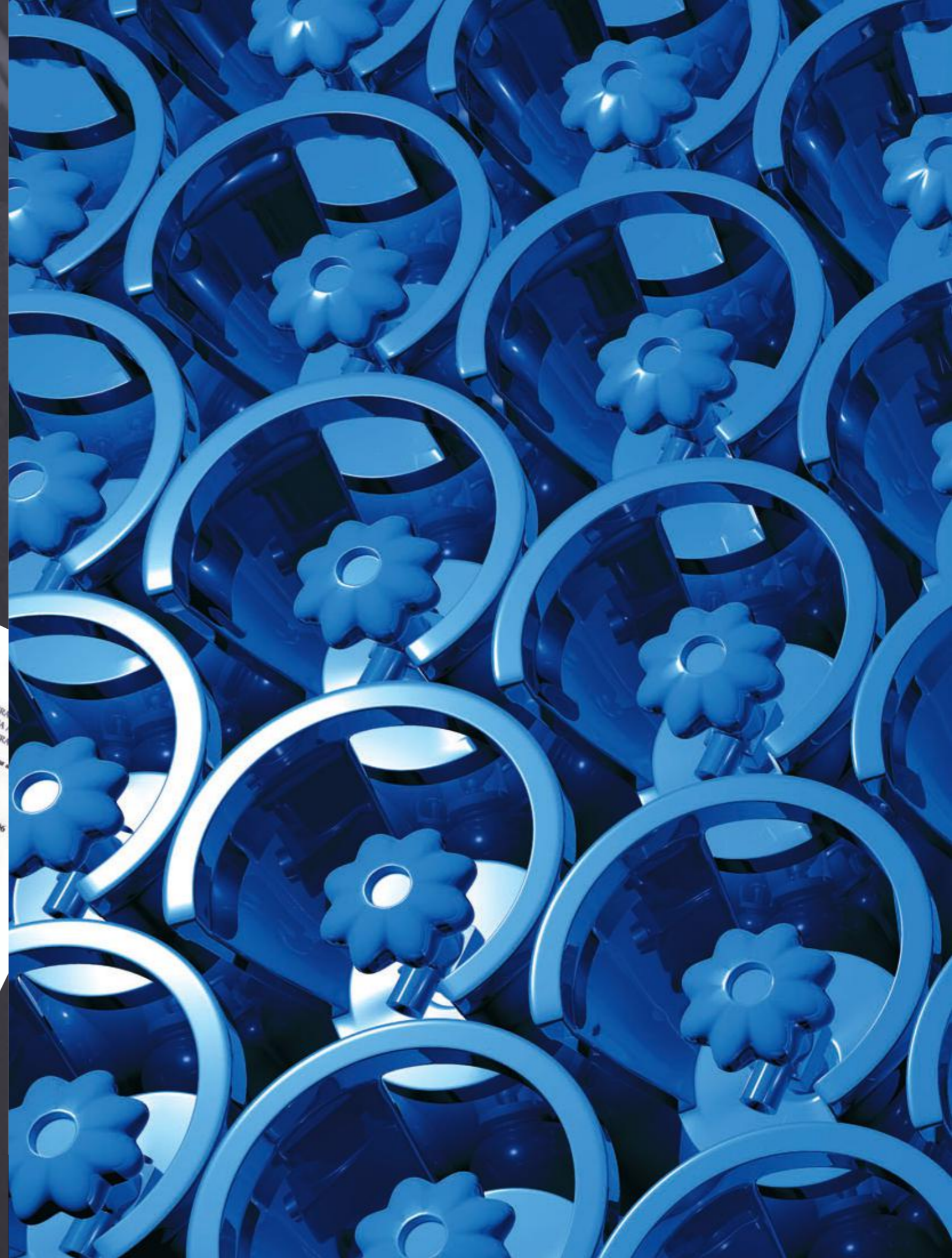
Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa. Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio

Può essere pubblicità brillante, convincente ma se non è in strategia siate spietati.

Dite di no.

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato.

Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.



Revisione e Collaudi Bombole Acetilene

Revisione periodica bombole di acetilene e ripristino solvente acetone o Dmf

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato.
Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa. Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio. Può essere pubblicità brillante, convincente ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no.
Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.



...e il Nuovo

Titolo che sottolinea l'altrettanto importante settore dell'Azienda.

Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa. Ora guardate la pubblicità che l'Agenzia vi propone. Se non corrisponde alla strategia, rifiutatela. Non avrete mai un motivo più facile e più valido per respingere una proposta creativa. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio. Può essere pubblicità brillante, convincente, ma se non è in strategia siate spietati. Dite di no.
Ricordate sempre la strategia che voi e la vostra Agenzia di pubblicità avete concordato. Ricordate che avete definito il pubblico cui vi volete rivolgere, il vantaggio che offrite al consumatore, e il sostegno della vostra promessa.





BLUGAS S.r.l.
Via Cesare Pavese, 50
47853 Cerasolo Ausa di Coriano (RN)
Telefono: +39 0541 756867
Telefax: +39 0541 729276
www.blugas.com
Skype: blugasrll