

show Room

#5

DBIinformation
digital, business & publishing
guidafinestra.it

PORTE & FINESTRE



23_25 OTT 2025
NUOVA FIERA DEL LEVANTE_BARI
SETTORE EDILIZIA
PAD NUOVO R16



19_22 NOV 2025
FIERA MILANO_RHO
SALONE INVOLUCRO
PAD 1_STAND G02.G10.H01.H09



FINESTRA
DELL'AVVENIRE

DETTAGLI DI DESIGN



uniform^{■ ■ ■}
thewindowmotive®



magis40

DESIGN MINIMALE
LEGNO-ALLUMINIO
ARMONIA E LUCE
IN SOLI 4 CM



vi aspettiamo



19 - 22 novembre 2025
Fiera Milano | Rho
Pad 3 | F 11 | G 16





SR

sommario ottobre

9

Editoriale

Perché non è divertente comprare le finestre?

Olga Munini

10

Agenda

18

Approfondimenti

Showroom 4.0: il neuromarketing pronto all'uso

Veronica Verona

24

In copertina

Nobili identità

Chiara Cesaroni

26

Prodotti

Pulire facile

A cura della redazione

Versatilità in pvc

Chiara Cesaroni

Porte uniche

A cura della redazione

32

Protagonisti

Crescere con metodo

Beatrice Cavalcante

Competenze in evoluzione

Beatrice Cavalcante

40

Progetti

Cascina rigenerata

Margherita Toffolon

Modernità sostenibile

Margherita Toffolon

Allù.re

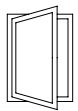
Sistemi per serramenti in alluminio

FINESTRE IN ALLUMINIO LO STILE DELLA SOSTENIBILITÀ

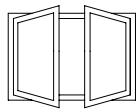


Allù.re è un sistema di profili in alluminio di Agostini Group, distribuito in esclusiva da I.P.A., Maes Group e SWS Italia.

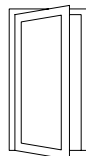
APERTURE VERSATILI



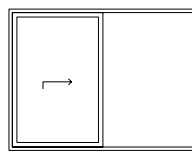
BATTENTE AD UN'ANTA



BATTENTE A DUE ANTE



PORTONCINO

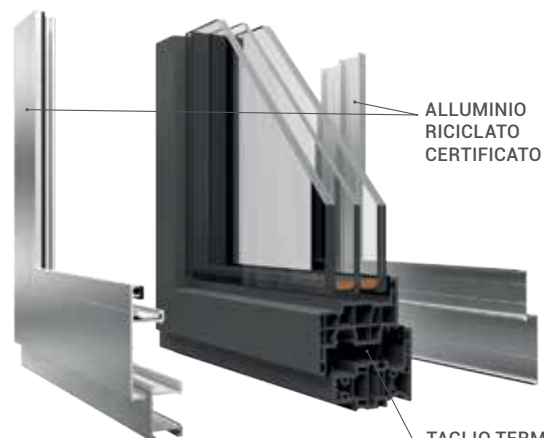


SCORREVOLE ALZANTE

Allù.re, l'innovativo sistema di profili in alluminio, fonde l'espressività dell'alluminio con l'efficienza del taglio termico in EPC (EcoPolimero Certificato, ottenuto da PVC riciclato certificato), entrambi "second life". Con Allù.re stile e sostenibilità ridefiniscono gli standard del serramento, secondo la filosofia di economia circolare **ReVision**.

Il sistema di profili in alluminio Allù.re rappresenta la massima espressione di sostenibilità totalmente Made in Italy nel settore dei serramenti.

Per avere maggiori informazioni scrivere a marketing@systemallure.com



ALLUMINIO
RICICLATO
CERTIFICATO

TAGLIO TERMICO EPC
(Eco Polimero Certificato
- ottenuto da PVC riciclato
certificato)



www.systemallure.com



Ci potete visitare alla Fiera SAIE
nel Padiglione Nuovo - Stand SWS Italia P02



Agostinigroup 
una visione oltre il serramento

ottobre 2025 Anno XXXI numero 5

DIRETTORE AREA BUILDING Daniele Bonalumi
daniele.bonalumi@dbinformation.it

**RESPONSABILE
EDITORIALE** Olga Munini
olga.munini@dbinformation.it

REDAZIONE Beatrice Cavalcante - beatrice.cavalcante@dbinformation.it
Chiara Cesaroni - chiara.cesaroni@dbinformation.it

SEGRETERIA DI REDAZIONE Marianna Saut - marianna.saut@dbinformation.it

COLLABORATORI Gaia Mussi, Frida Nobile, Margherita Toffolon, Maura Trabacchi,
Veronica Verona, Mauro Zamberlan

DBInformation
digital, business & publishing

DBINFORMATION SPA
Centro Direzionale Milanofiori - Strada 4, Palazzo A, scala 2 - 20057 Assago - (MI)
telefono 02 818301 - telefono redazione 02 81830237
fax redazione 02 81830418 - fax pubblicità 02 81830405
www.dbinformation.it - showroom@dbinformation.it

PUBBLICITÀ
Responsabile Commerciale Luca Di Munno
luca.dimunno@dbinformation.it
Segreteria commerciale tel. 02 81830632 - ordini@dbinformation.it
Ufficio traffico Cristina Poggioni
tel. 02 81830619 - cristina.poggioni@dbinformation.it
Vendite Internazionali Elisabetta Piacquadio
tel. 02 81830278 - elisabetta.piacquadio@dbinformation.it

SERVIZIO ABBONAMENTI
abbonamenti@dbinformation.it tel. 02 81830661

TARIFE ABBONAMENTO 2025
Italia: sped. ordinaria € 45,00

Estero: sped. ordinaria € 75,00
Fascicolo arretrato € 5,00

L'iva sugli abbonamenti, nonché sulla vendita di fascicoli separati, è assolta dall'editore ai sensi dell'art. 74 primo comma lettera C del DPR 26/10/72 N. 633 e successive modificazioni ed integrazioni. Pertanto non può essere rilasciata fattura.

Diffusione del presente fascicolo carta + digitale: 10.000 copie

DBINFORMATION SPA È ASSOCIATA A:
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

Registrazione Tribunale di Milano
N. 811 in data 18/12/2000.
Iscrizione al ROC n. 1136
Costo copia singola € 2,50 (presso l'editore, fiere e manifestazioni)

Direttore Responsabile:
Francesco Briglia

Stampa: Graphic Scalve, 24020 Vilminore di Scalve (BG)

©Copyright DBInformation SpA Milano - Italia

Le rubriche e le notizie sono a cura della redazione. E' vietata la riproduzione anche se parziale, di articoli, fotografie e disegni senza preventiva autorizzazione scritta.

Informativa ex art. 13 GDPR 679/2016. Ai sensi dell'art. 13 del Reg. UE 2016/679, DBINFORMATION SPA Centro Direzionale Milanofiori - Strada 4, Palazzo A, scala 2 - 20057 Assago - (MI), canale di contatto del responsabile della protezione dei dati dpo@dbinformation.it, in qualità di Titolare del Trattamento, informa che il trattamento dei dati personali, comprensivo di dati anagrafici, dati di contatto, informazioni personali, immagini, sarà effettuato esclusivamente per le seguenti finalità:

a) gestione amministrativo e contabile del rapporto; b) distribuzione e spedizione delle riviste; c) customer care; d) elaborazione dati, collazione notizie e relativa pubblicazione. Ai sensi dell'art. 6 del Reg. UE 679/2016, per il trattamento dei suoi dati per le finalità indicate lettere a), b), c) non è necessario il consenso in quanto effettuato per permetter la stipula di un contratto o di un servizio da Lei richiesto. Per le finalità di cui alla lettera d) base giuridica è l'art. 6.1.e GDPR, 9.1.g. GDPR, art. 85 GDPR, art. 135 ss Dlgs 196/03, ovvero attività giornalistica e di pubblica informazione.

I dati potranno essere comunicati a soggetti in relazione ai quali la vigente normativa prevede l'obbligo di comunicazione, in ottemperanza a quanto prescritto dalla normativa in materia fiscale e contabile, a liberi professionisti e consulenti per finalità di gestione degli adempimenti fiscali/contabili, e ad altri professionisti per fini di studio e risoluzione di eventuali problemi giuridici relativi al rapporto, a collaboratori ed addetti alla stampa, nonché agli addetti al call center e customer care per la gestione degli abbonamenti e distribuzione, nel rispetto e limite delle finalità di cui alla presente informativa. Il trattamento sarà effettuato con strumenti cartacei ed elettronici, anche per la creazione di archivi cartacei e digitali, nel rispetto degli adeguati requisiti di sicurezza imposti dalla normativa di settore e del Codice deontologico relativo al trattamento dati per finalità giornalistica. Il periodo massimo di conservazione dei dati richiesti nel presente modulo è di 10 anni decorrenti dalla cessazione del rapporto contrattuale, salvo legittime cause di ritenzione ulteriore (es. gestione di contenzioso). Il periodo di conservazione per finalità giornalistiche è tendenzialmente illimitato, fatto salvo l'esercizio dei diritti in proseguo indicati, in particolare il diritto all'oblio e alla deindicizzazione dei contenuti web nonché perdano del loro interesse attuale in pregiudizio di altri diritti costituzionalmente tutelati dell'interessato. E comunque vs. facoltà esercitare i diritti previsti dagli art. 15-22 del Reg. UE 679/2016 (accesso; rettifica; cancellazione; limitazione; notifica; portabilità; opposizione, anche all'uso di processi decisionali automatizzati, nonché proporre redamo all'autorità di controllo). Resta inteso che l'attività giornalistica prevede alcune limitazioni ai diritti elencati, in primis una limitazione del diritto all'accesso ove pregiudichi la segretezza delle fonti di informazione (art. 138 Dlgs 196/03). Per tutte le questioni relative al trattamento dei dati e all'esercizio dei citati diritti, Lei potrà contattare il responsabile della protezione dei dati dpo@dbinformation.it

54

Dossier

La contemporaneità della prefabbricazione

Gaia Mussi

61

Vetrina automazioni

La nuova era dei serramenti passa dalla tecnologia

Beatrice Cavalcante

67

FORMAZIONE

Marketing

Esperienze che convincono

Mauro Zamberlan

Comunicazione

Presenza digitale

Maura Trabacchi

Sala mostra

Vetrine e insegne

Frida Nobile

Altroshowroom

Più dialogo con la Cina

Frida Nobile

Esperienze dal web

Metterci la faccia paga

Beatrice Cavalcante





vai al video



Alika Plana

DESIGN / PLANARE
PIÙ LUCE / COMFORT
FUNZIONALITÀ / RISPARMIO

PER LA TUA CASA

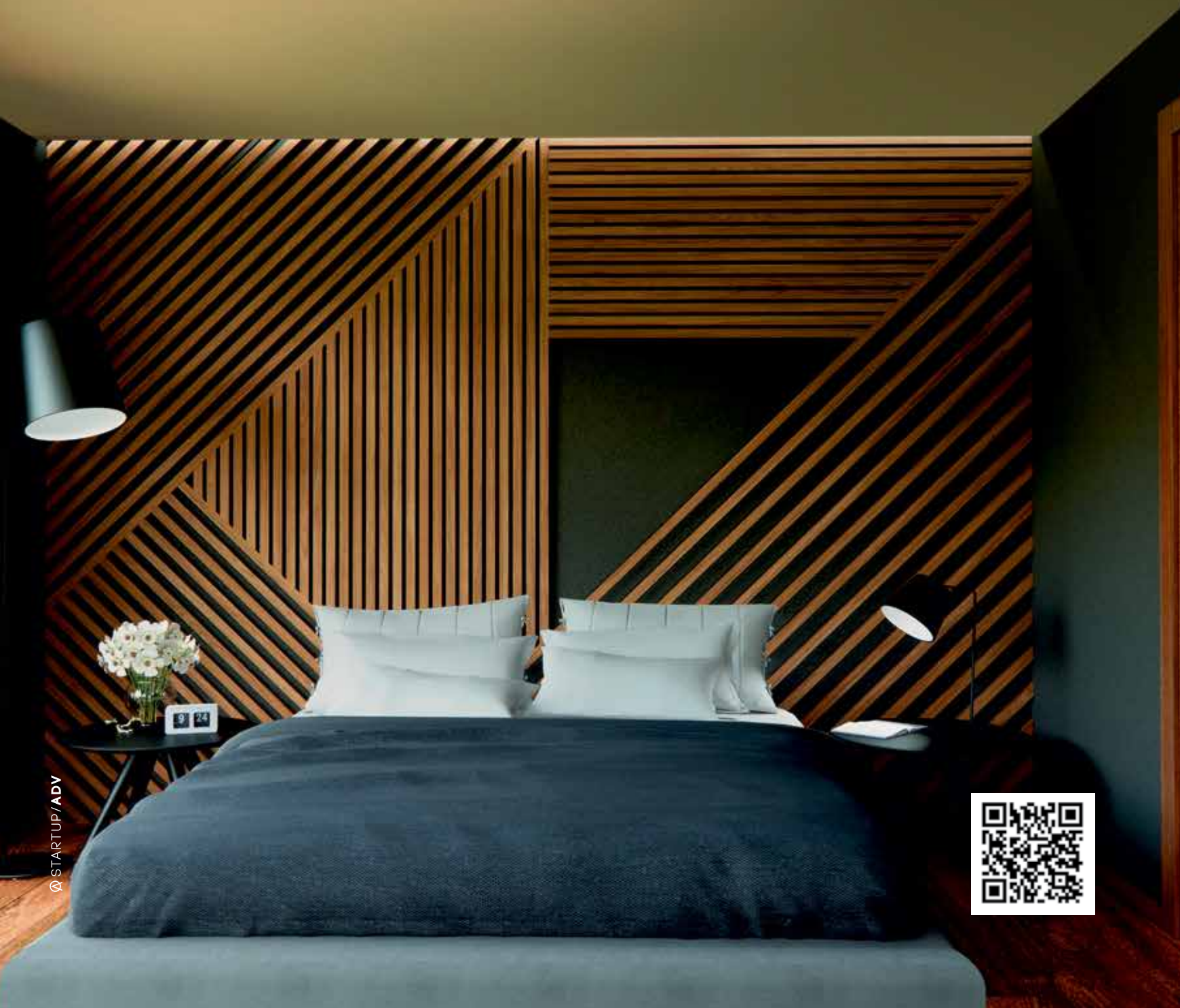
è il frangisole avvolgibile in alluminio progettato per essere installato nei tradizionali cassonetti per tapparelle. In posizione intermedia, le lamelle distanziate di 15 mm filtrano la luce, favoriscono l'aerazione e tutelano la privacy. Quando completamente chiuso, il sistema garantisce l'oscuramento totale e una protezione efficace dalle intemperie. Il design innovativo delle lamelle crea una superficie esterna perfettamente planare, distinguendosi dalle tapparelle tradizionali, conferendo un'estetica moderna e minimale. Alika Plana contribuisce all'efficienza energetica della casa e può beneficiare degli Ecobonus.

KIKAU®

KOVER

BY **KROMOSS**

ARCHITECTURAL
ALUMINUM
SYSTEM



PERCHÈ NON È DIVERTE COMPRARE LE FINESTRE?

Recentemente mi trovavo a un evento aziendale, al quale è intervenuto anche l'art director che si è occupato della realizzazione della nuova campagna pubblicitaria. Durante la presentazione ha sottolineato la difficoltà incontrata durante l'ideazione della comunicazione visiva e della scelta degli slogan, perché, cito: "comprare finestre non è divertente come comprare una macchina!".

Vero! Perché è così? Perché deve essere ancora così?

A mio avviso, il risultato è stato eccellente, ma comprendo la complessità del progetto.

Questo mi ha portata a pensare a come vengono raccontate le finestre dai rivenditori che hanno il contatto diretto con il cliente finale.

Saper vendere un prodotto è una capacità, saper spiegare le caratteristiche è competenza, ma saper far sognare mentre si descrive un manufatto è pura arte!

E forse è proprio lì che dovremmo arrivare.

Caricare un prodotto di significati che vanno oltre la sua mera utilità è una chiave di lettura interessante e utile per vendere di più e meglio, e con più soddisfazione da entrambe le parti.

Un'auto non è solo un mezzo di trasporto, è esperienza di guida, è controllo della strada, è un viaggio di emozioni...

Al nostro incontro annuale Forum Serramenti&Vetro del 2 ottobre a Bologna, il professor Carmine Garzia, responsabile dell'ufficio studi economici Unicmi, alla fine della sua relazione sui dati di mercato e sulle tendenze del comparto serramenti, ha invitato le aziende a modificare atteggiamento con i clienti: "Quando ci si trova in periodi di calo, è importante cambiare il proprio approccio e, oltre agli investimenti in tecnologia e processi produttivi, bisognerebbe imparare a raccontarsi in un nuovo modo. Saper raccontare il valore aggiunto del prodotto può fare la differenza. Non serve inventarsi nulla, basta guardare ad altri mercati, ad esempio quello del food e utilizzare uno nuovo storytelling".

Lo storytelling è in grado di far modificare alle persone la percezione che hanno di una cosa.

Se un piatto di pasta può diventare la gioia della famiglia riunita a tavola e una merendina confezionata il motivo per cui ci si sveglia la mattina e si affronta la giornata con un sorriso, la finestra può diventare il calore domestico, il comfort abitativo, il piacere di godersi un panorama e chissà quanto altro.



Olga Munini

Resta sempre
collegato con noi



NODO SOTTILE

Nata da un'idea semplice e potente, la finestra con nodo stretto Elegant Light di Deceuninck (www.deceuninck.it) porta più luce naturale negli ambienti grazie a profili sottili e design minimale che amplifica la superficie vetrata. Il nodo centrale - dove si incontrano le due ante - è uno degli elementi più critici, influenzando luminosità, isolamento e prestazioni termiche. Le finestre a nodo stretto coniugano estetica minimale e alte prestazioni tecniche. Ridurre il nodo centrale significa massimizzare la superficie vetrata, aumentare la luce naturale, ridurre consumi energetici e migliorare comfort e benessere. La struttura risulta più leggera e elegante, ideale per contesti architettonici moderni. Elegant Light, con nodo centrale di soli 113 mm, unisce leggerezza visiva, elevate prestazioni termiche e solidità strutturale. I profili sottili, resistenti e 100% riciclabili, garantiscono sostenibilità, isolamento termo-acustico e design contemporaneo. Integrazione con vetri performanti e sistemi di tenuta avanzati assicura impermeabilità ad aria, acqua e



vento, comfort e durata nel tempo. Deceuninck dimostra che innovazione, qualità e personalizzazione estetica possono andare di pari passo. Per i professionisti del serramento, scegliere Elegant Light significa offrire più luce naturale, più efficienza e più stile ai propri clienti.

SCORRIMENTO PERFETTO

Alumil (www.alumil.com) conferma la propria posizione di eccellenza nel settore dei sistemi architettonici in alluminio, presentando la tecnologia brevettata SlideAir. Questa innovazione consente di far scorrere i serramenti con una



comodità senza pari, innalzando lo standard in termini di design e funzionalità. SlideAir trasforma l'esperienza di utilizzo dei serramenti scorrevoli di grandi dimensioni e peso elevato, riducendo drasticamente la resistenza durante lo scorrimento e permettendo di aprire e chiudere con il minimo sforzo.

La tecnologia è già integrata nella linea Supreme S500 Phos, presentata alla fiera internazionale BAU. Il sistema rivoluziona l'esperienza dei serramenti minimal, offrendo facilità di movimento grazie alla levitazione magnetica, resistenza e sicurezza sorprendenti anche su aperture di grandi dimensioni, ed efficienza energetica superiore grazie al design all'avanguardia di Alumil. Con SlideAir, Alumil non segue gli sviluppi, li determina. L'azienda dimostra il proprio impegno al miglioramento continuo, ridefinendo gli standard nel settore dei sistemi architettonici in alluminio.

PVC MINIMAL

Fortinfissi (www.fortinfissi.it) rinnova la linea pvc con serramenti che uniscono competitività, alte prestazioni e design minimale 100% italiano. Fiore all'occhiello è Ultraluce, sistema ultra-minimale da 82 mm che riduce del 34% l'impatto visivo dei profili grazie ad anta ridotta (69 mm) e nodo centrale sottile (104 mm), offrendo fino al +30% di superficie vetrata per ambienti più luminosi e contemporanei. Disponibile con fermavetri Quadra e maniglie Minimal by Colombo Design, esprime la vocazione estetica e tecnica per progettisti e serramentisti. La gamma pvc include: M76, versatile e performante; Lignum, con bisellatura a 90° effetto legno; Lucestesa, competitiva con profili ridotti; Ultraluce, profilo minimalista da 82 mm. A completare l'offerta: panoramiche Motion82 e Motion82 Max, scorrevoli Parallel76, ingressi Serie DR e la rinnovata gamma SMART da 70/76 mm. La Linea pvc garantisce prestazioni termoacustiche (U_w fino a $0,83 \text{ W/m}^2\text{K}$), profili VEKA in classe RAL "A" con rinforzi in acciaio, vetri ClimaTHERM, IsoTHERM e IsoTOTAL fino a 50 dB, oltre a dotazioni di sicurezza RC2, vetri anti-effrazione, sensori e soluzioni domotiche. Dietro Fortinfissi c'è Lamaciste, solida realtà umbra con nuovo impianto produttivo Industria 4.0, che unisce qualità, produttività e sostenibilità. Con Fortinfissi Experience, i rivenditori offrono showroom 4.0 con realtà aumentata e comparazioni 3D.



ICONA DI TRASPARENZA

La sfida dell'edilizia moderna è la luce: l'ampiezza e la trasparenza delle superfici vetrate valorizzano un edificio e migliorano il benessere abitativo, soprattutto in inverno, quando le ore di sole sono ridotte. In questa stagione diventa essenziale progettare spazi che catturino ogni raggio, trasformando i serramenti in protagonisti della qualità abitativa. Non più semplici infissi, ma soluzioni innovative dal design minimale che annullano le barriere visive ed esaltano lo spazio. La risposta di Piva Group (www.pivagroupspa.com) è Iconica74, serramento in pvc di nuova generazione che amplifica la luce naturale: profili sottili e armoniosi, assenza di fermavetro interno, ampia gamma di finiture - dal pvc total color all'alluminio fino all'effetto tutto vetro - per personalizzare ogni progetto. Il profilo a sei camere garantisce isolamento termoacustico, le tre guarnizioni pre-infilate coestruse e la vetratura STV assicurano tenuta energetica e resistenza meccanica. Con profondità 74 mm ospita vetri da 32 o 49 mm con incollaggio strutturale, raggiungendo fino a $1,0 \text{ W/m}^2\text{K}$. Iconica74 contribuisce fino al 40% al mantenimento del calore, riducendo dispersioni ed emissioni. Il nodo centrale di soli 88 mm dona leggerezza visiva, ideale per nuove costruzioni e ristrutturazioni.

PVC PERSONALIZZATO

Le Click Zip Ghost 15 di Gibus (www.gibus.com) rappresentano la nuova frontiera delle schermature solari verticali. Progettate per integrarsi perfettamente nei sistemi monoblocco termoisolanti, queste tende a scomparsa diventano invisibili quando avvolte, senza cassonetti o guide a vista. Possono coprire superfici fino a 7 metri, garantendo un design lineare e pulito, ideale per nuove costruzioni e progetti di riqualificazione ad alto contenuto estetico. Il sistema zip brevettato mantiene il telo stabile e consente un blocco efficace dei raggi solari, migliorando il comfort interno e riducendo i consumi energetici.

Il dispositivo Mag Lock assicura un tensionamento perfetto del telo grazie a magneti ad alta attrazione, garantendo resistenza al vento fino a 100 km/h (classe 6). Il risultato è una schermatura elegante, invisibile e altamente performante, capace di coniugare tecnologia, design minimale e massima efficienza.



LUCE PROTETTA



La porta blindata Gasperotti Habitat Ex.70 Sunny Com (www.gasperotti.com) combina luce naturale, sicurezza classe 3, isolamento termoacustico e tecnologie smart in un design elegante e personalizzabile. Nasce dall'idea di integrare luce e bellezza nel cuore dell'abitazione, trasformando un elemento funzionale in protagonista di stile. Il vetro antisfondamento satinato diventa punto focale, permettendo alla luce naturale di entrare negli ambienti e creando atmosfera accogliente. Può essere posizionato centralmente o decentrato, mantenendo equilibrio tra luminosità e riservatezza. Pur esaltando l'estetica, Habitat Ex.70 Sunny Com garantisce protezione con classe 3, e alte prestazioni in isolamento termoacustico, assicurando comfort e vivibilità. Il pannello in alluminio, disponibile in finiture RAL, è leggero, resistente e riciclabile, fondendo design elegante e funzionalità.

La porta integra sistemi di apertura evoluti: tastiera numerica, Bluetooth tramite smartphone o smartwatch, e tecnologia RFID compatibile con carte di credito o bancomat, rendendo l'esperienza d'uso pratica, sicura e contemporanea.

SICUREZZA & DESIGN

Pareo Up Balaustra firmato Protezioni (www.protezionisrl.com) è il parapetto panoramico in vetro che unisce sicurezza, design e trasparenza, sollevabile manualmente fino a 2,5 metri. Grazie al sistema pneumatico brevettato Up & Down, i pannelli in vetro temperato e indurito si alzano con facilità, creando una barriera resistente a vento, pioggia e rumore, senza sacrificare la luminosità e la vista panoramica. Il modulo fisso di sicurezza garantisce stabilità a ogni livello, mentre l'assenza di corrimano valorizza l'estetica minimalista di terrazze, dehors e spazi residenziali.

Interamente realizzato in Italia, Pareo Up Balaustra combina funzionalità, sicurezza e bellezza. Il vetro è disponibile in finiture extrachiare, satinato, fumé o bronzato, e le strutture in alluminio in vari colori, con possibilità di integrazione di LED. Configurazioni lineari e angolari si adattano a ogni contesto urbano o paesaggistico.

Le prestazioni sono certificate: Classe 6 per resistenza al vento e tenuta al carico dinamico fino

a 2kN. Tecnologia, comfort e protezione si fondono in un sistema elegante e innovativo, ideale per chi desidera vivere lo spazio outdoor in sicurezza e stile.



ATMOSFERA CONTEMPORANEA



KE (www.keoutdoordesign.com) presenta Inca, la tenda a bracci ad incasso pensata per fondersi con l'architettura degli edifici. Una volta chiusa, la struttura scompare quasi del tutto, lasciando solo il profilo finale a vista, per un effetto minimale ed elegante. Con larghezze fino a 6 metri e sporgenze fino a 3,6 metri, può essere dotata di illuminazione LED integrata, combinando funzionalità e atmosfera. Il design consente un'installazione semplice in nicchia, agevola manutenzione e sostituzione del motore, garantendo robustezza e lunga durata nel tempo. Progettata per entrare sin dalle prime fasi di costruzione, Inca valorizza gli spazi esterni rendendoli armonici e coerenti con l'edificio. Il profilo terminale verniciato e il sistema di scolo integrato assicurano una perfetta integrazione estetica e protezione dall'acqua. Con Inca, KE coniuga estetica, innovazione e praticità, trasformando la tenda da semplice accessorio a vero elemento architettonico.

INNOVAZIONE SCREENLINE

Pellini (www.pellini.net) inaugura il programma ScreenLine Official Store, dedicato agli showroom di serramenti più qualificati, affiancandolo a



una campagna televisiva nazionale in partenza dall'autunno 2025, per far conoscere al grande pubblico le schermature in vetrocamera ScreenLine® e creare nuove opportunità per i serramentisti aderenti.

Gli Official Store riceveranno vantaggi esclusivi: priorità nelle opportunità marketing, esposizione aggiornata delle soluzioni, strumenti tecnici e commerciali, materiali promozionali e formazione continua. Pellini garantisce supporto completo, dai Technical Advisor alle consulenze progettuali, fino a Pellini Assistant, l'intelligenza artificiale disponibile 24/7. Il network potrà inoltre accedere a formazione dedicata, contenuti digitali e materiali promozionali, migliorando l'esperienza del cliente dal primo contatto alla realizzazione del progetto.

TEMPIO DEL DESIGN

HUB Studio Milano è il nuovo spazio esperienziale di deWol Industries (www.dewol.com) nel cuore di Milano. Non solo showroom, ma luogo di incontro per architetti e designer, dove luce, materia e design dialogano per creare soluzioni su misura per un abitare sostenibile e innovativo.

Nel cuore di Milano apre il primo deWol Industries HUB Studio, spazio per architetti, designer e appassionati. Non un semplice showroom, ma esperienza immersiva che unisce architettura, materia e luce, firmata da Isacco Brioschi Architects.

In Via Melchiorre Gioia 1 l'Hub trasforma un edificio modernista anni '50 in contenitore di nuove ispirazioni. Qui non solo esposizione di prodotti, ma cultura del progetto e centralità degli infissi: finestre che definiscono spazi, modulano la luce e dialogano con l'architettura.

deWol Industries HUB Studio racconta la filosofia del Gruppo cui fa capo Sciuker Frames, leader negli infissi di design sostenibili.

Non solo collezioni in legno-alluminio, legno-vetro strutturale, alluminio e pvc, ma finestre come esperienze estetiche, tecniche e sensoriali. Ogni infisso diventa protagonista: apertura, dialogo e connessione con spazio e luce, adattandosi a esigenze funzionali ed estetiche.





Scegli EmmeElle, dai più valore al tuo business.

@ info@emmeelle.net

☎ Tel. 06 56.55.64.52

📷 emmeelle_srl

SERRAMENTI
EmmeElle

NUOVO POLO

Lo scorso settembre YCO (www.yco-outdoor.com), il brand di Colfert specializzato in soluzioni per la protezione solare e l'outdoor living, ha tagliato il nastro del nuovo stabilimento produttivo in provincia di Treviso. Una struttura moderna di oltre 5.000 metri quadrati che integra reparti produttivi all'avanguardia, uffici di nuova realizzazione e una sala riunioni pensata per accogliere partner, clienti e stakeholder. L'evento si è articolato in tre momenti distintivi. Dopo l'accoglienza e il taglio del nastro, i partecipanti hanno preso parte a un convegno dedicato al rapporto tra imprese e territorio, alla sostenibilità, all'importanza della formazione giovanile e alle prospettive di mercato. Moderato da Mario Paronetto, consulente in sviluppo sostenibile, il dibattito ha visto alternarsi sul palco figure di rilievo del mondo imprenditoriale, accademico ed editoriale.

Il nuovo polo rappresenta un passaggio chiave nella strategia di crescita di YCO, con l'obiettivo di potenziare la capacità produttiva per rispondere a una domanda in costante crescita e innalzare ulteriormente gli standard qualitativi. "Questo investimento ci permette di rafforzare la nostra offerta, progettando e realizzando pergole bioclimatiche, tende verticali e altre soluzioni outdoor con ancora maggiore qualità e prontezza", ha sottolineato Mirco Zanato, AD di Colfert.



DALLE IDEE ALLE SOLUZIONI

Casoria ha ospitato SUIT25, l'iniziativa promossa da Cerbone (www.gruppocerbone.it) che ha radunato professionisti, aziende e produttori nei settori dell'edilizia, dell'architettura, dei serramenti e dell'innovazione tecnica.

L'evento, sviluppato su due giornate intense, ha combinato momenti di aggiornamento tecnico e pratico, con convegni, workshop e dimostrazioni sul campo. Tra gli argomenti trattati spiccavano la progettazione sostenibile, l'applicazione dell'intelligenza artificiale per la sicurezza e l'efficienza dei cantieri, le normative nei contratti e negli appalti, e le soluzioni tecnologiche per migliorare processi e prestazioni.

Oltre alla formazione, SUIT25 ha offerto numerose occasioni di networking: tavole rotonde, incontri mirati e momenti conviviali hanno favorito lo scambio di idee e la nascita di nuove collaborazioni tra operatori del settore.

Con questa edizione, SUIT25 si conferma un punto di riferimento per chi cerca aggiornamenti concreti, strumenti pratici e spunti innovativi nel mondo dell'edilizia, valorizzando competenza, collaborazione e visione futura.

DFVGROUP.IT



**UN PASSO
AVANTI,
SEMPRE**



**DECORATION
NO LIMITS**

**DFV presenta
il futuro
dell'alluminio.**

DFV
GROUP



19_22 Nov 2025
fieramilano Rho

Pad 3P - Stand G01 G09 H02 H10

SHOWROOM 4.0: IL NEUROMARKETING PRONTO ALL'USO

L'acquisto nasce da emozioni e percezioni più che da dati tecnici.

L'impatto sensoriale e il racconto guidano le scelte in modo inconscio.

Chi trasforma prodotti in esperienze conquista un vantaggio competitivo

Veronica Verona, direttrice de L'Accademia dello Showroom



In un'epoca in cui i clienti non acquistano solo un infisso, ma un'esperienza capace di emozionarli e rassicurarli, lo showroom smette di essere un semplice spazio espositivo. Diventa un teatro in cui ogni elemento – dalla luce alla musica, dalla disposizione dei prodotti alle tecnologie digitali – contribuisce a costruire una narrazione irresistibile. È qui che il neuromarketing incontra il mondo dei serramenti, portando strumenti concreti per trasformare lo showroom in un ambiente che parla alla mente e al cuore del cliente.

Le neuroscienze ci raccontano una verità scomoda ma potente: il 95% delle decisioni d'acquisto avviene a livello inconscio. Prima di convincere la mente razionale di un cliente, dobbiamo emozionare quella istintiva. Questo significa che il primo impatto quando varca la soglia dello showroom è cruciale. La temperatura della luce, il profumo che aleggia nell'aria, il percorso visivo che guida lo sguardo verso i prodotti di punta ... tutto comunica, anche quando il consulente non ha ancora detto una parola. Pensiamo a quante volte un cliente entra, osserva distrattamente e dopo pochi minuti dice "ci penso". Spesso non è una questione di prezzo, ma di percezione. Il neuromarketing ci aiuta a progettare ambienti che riducono le barriere emotive e aumentano la propensione a rimanere, esplorare, chiedere.

VISUAL MERCHANDISING: L'ARTE DI GUIDARE L'OCCHIO E LA SCELTA

Uno showroom di successo non lascia nulla al caso. L'esposizione deve essere studiata come un racconto, dove ogni ambientazione suggerisce una storia di vita possibile. Box arredati che simulano veri angoli di casa, con una portafinestra che si apre su un soggiorno elegante, o una por-



ta scorrevole che divide un open space contemporaneo aiutano il cliente a "proiettarsi" nella sua futura abitazione. Questo attiva il cervello limbico, la sede delle emozioni, e rende più facile l'immaginazione del prodotto come parte della propria quotidianità.

Anche le tecniche di visual merchandising tradizionali hanno un ruolo chiave: alternare esposizioni a parete con soluzioni isola per creare ritmo visivo, sfruttare la regola dei triangoli per guidare lo sguardo verso i dettagli più pregiati, utilizzare altezze e volumi diversi per generare dinamismo e interesse. Ogni scelta deve accompagnare il cliente in un percorso fluido, evitando "zone morte" che rischiano di spegnere la curiosità.

Nel contesto dello showroom 4.0, le tecnologie digitali diventano alleate preziose. Monitor e totem interattivi possono raccontare la storia dell'azienda, mostrare video emozionali o configurazioni personalizzate dei prodotti. Immaginate un cliente che, toccando lo schermo, vede comparire la propria finestra con il colore e il materiale scelti, inserita in un ambiente domestico realistico. Que-



L'ACCADEMIA DELLO SHOWROOM

Nata da un'intuizione di Veronica Verona (in foto), L'Accademia dello Showroom è una società di consulenza, specializzata nella formazione della filiera del settore delle costruzioni che da oltre 14 anni affianca aziende di produzione, distributori e progettisti nella creazione di strategie di crescita, nello sviluppo di percorsi formativi e nella costruzione di specifici strumenti di vendita. Il metodo di lavoro de L'Accademia dello Showroom si distingue per il forte orientamento al risultato attraverso una misurazione costante delle performance prima, durante e dopo la consulenza e un affiancamento "fisico" durante le attività di vendita post-formazione. Partner di Angaisa (Associazione Nazionale dei Distributori Italiani del settore ITS, arredobagno, pavimenti e rivestimenti), per la quale ha curato il percorso formativo sul ricambio generazionale, L'Accademia dello Showroom collabora con primarie Aziende di produzione (Grohe, Inda, Samo, Eclisse, Twin System, Caesar e altre) e della distribuzione italiana (Orsolini, BigMat, Iter, 4Bild) e della scena internazionale.

DIECI MOSSE DI NEUROMARKETING PER L'ADDETTO SHOWROOM (PRONTE ALL'USO)

Nello showroom moderno il cliente non cerca solo infissi: cerca emozioni, storie, esperienze. Ecco 10 consigli pratici per l'addetto di showroom che vuole trasformare ogni visita in una vendita memorabile.

1. Accogli con i cinque sensi

Prima ancora di parlare, pensa a cosa il cliente sente, vede, annusa, tocca, ascolta entrando. Una musica soft di sottofondo, un profumo leggero di legno o agrumi, una luce calda all'ingresso... piccoli dettagli che abbassano le difese e trasmettono comfort.

2. Racconta storie, non schede tecniche

Invece di snocciolare valori termici o certificazioni subito, racconta come una finestra ha trasformato la casa di un cliente. Le storie attivano la memoria emotiva e creano connessioni che le cifre non raggiungono.

3. Crea percorsi fluidi nello showroom

Evita che il cliente vaghi a caso. Accompagnalo lungo un percorso logico e stimolante, come una passeggiata in casa: dall'ingresso, alla zona living, fino alla camera da letto. Ogni tappa deve avere un "wow" visivo.

4. Sfrutta i "box arredati"

Un serramento esposto a parete resta un oggetto tecnico. Un serramento inserito in un angolo arredato diventa un'esperienza. Prepara mini-ambientazioni complete: tende, divani, quadri, per aiutare il cliente a visualizzare il prodotto a casa propria.

5. Usa il digital signage in modo strategico

Installa monitor con video emozionali che raccontano il brand, i processi produttivi, le testimonianze di clienti. Lascia che siano le immagini a trasmettere affidabilità e innovazione

mentre il cliente esplora.

6. Invita a toccare e provare

Il tatto è potentissimo. Invita il cliente ad aprire e chiudere porte e finestre, a percepire la solidità dei materiali, la scorrevolezza delle guide. L'esperienza fisica crea fiducia più di mille parole.

7. Allena l'ascolto attivo

Non interrompere, osserva le micro-espressioni, nota le esitazioni. A volte un silenzio dice più di una domanda. Riformula ciò che il cliente esprime per dimostrare attenzione e costruire empatia.

8. Gestisci i momenti di indecisione

Se percepisci esitazione, non forzare. Accompagna il cliente davanti a un monitor con configuratore digitale e invitalo a provare diverse combinazioni di colore e finiture. Farlo sentire protagonista riduce l'ansia da scelta.

9. Crea un "momento memorabile"

Inserisci un piccolo elemento sorpresa: una porta che si apre automaticamente al passaggio, una luce che si accende per evidenziare un dettaglio, un video che parte al tocco. Sono dettagli che restano impressi.

10. Chiudi con emozione

Alla fine del percorso, riporta il cliente alla prima impressione: "Si immagini quella portafinestra a casa sua, il sabato mattina con la luce che entra così." Le emozioni sigillano le decisioni più dei preventivi.

sto tipo di esperienza immersiva non solo informa, ma emoziona.

Anche lo storytelling digitale, video che mostrano la lavorazione artigianale di una porta, o testimonianze di clienti soddisfatti, contribuisce a creare fiducia. In un settore dove il prodotto è spesso percepito come "freddo" o puramente tecnico, queste narrazioni restituiscono calore e umanità.

IL RUOLO DEL CONSULENTE: DALLA PROPOSTA DI PRODOTTO ALLA GUIDA EMOZIONALE

Nonostante la tecnologia, il cuore pulsante dello showroom resta il consulente. Un professionista formato secondo i principi del neuromarketing sa leggere i segnali deboli del cliente - un'espressione di interesse, un gesto di esita-

zione - e modulare la conversazione di conseguenza. Sa quando lasciare spazio all'esperienza sensoriale e quando intervenire con una storia o un dettaglio tecnico che consolidi la scelta.

Lo showroom 4.0 non è un'utopia tecnologica riservata ai colossi. È un insieme di scelte strategiche - alcune semplici, altre più evolute - che ogni showroom può adottare per diventare più competitivo. Si tratta di smettere di vendere prodotti e iniziare a vendere esperienze. Perché, alla fine, le persone non ricordano le schede tecniche di una finestra, ma ricordano come si siano sentite mentre la osservavano in un ambiente che sembrava casa loro.

Chi saprà interpretare questo cambio di paradigma non sarà solo un venditore di serramenti, ma un creatore di emozioni. E in un mercato sempre più affollato, l'emozione vincerà sempre 9,5 volte su 10.



SCOPRILO AL
 **MADE
EXPO**
19_22 Nov 2025
fieramilano Rho
PADIGLIONE PAVILION 3
Stand C23 D30



MAWOOD76STH_{AS}

MAWOOD76STH AS. Dove la bellezza senza tempo del legno incontra la forza dell'alluminio. Il sistema a taglio termico che rivoluziona il tuo spazio, garantendo un'efficienza energetica ed un comfort acustico senza pari. La versione con anta a scomparsa è la scelta perfetta per i progettisti più esigenti che cercano un'estetica minimale e moderna. È il sistema in alluminio/legno più versatile e completo di Colma, creato per dare forma ai tuoi sogni di design e funzionalità.



www.colmasrl.com



MADE
IN
ITALY

It all hinges on excellence.

Partizioni in vetro

Unione
perfetta
tra STRIPE
e FLUIDO

SIMONSWERK



NOBILI IDENTITÀ

Il serramento evolve: non più semplice elemento funzionale, ma parte integrante del design contemporaneo. I Nobili rilancia il concetto di finestra attraverso minimalismo, innovazione tecnologica e una rete distributiva in crescita.

Dal Marchese Hybrid alle nuove soluzioni in pvc, fino agli investimenti produttivi: identità, visione e futuro del settore

Chiara Cesaroni



Marchese Hybrid, la finestra in alluminio con il cuore in pvc, in versione scorrevole



Un'immagine della nuova campagna "I Nobili Finestra dell'Avvenire"



Due scatti del nuovo stabilimento produttivo automatizzato I Nobili

Il 2025 si è aperto con una certezza: la finestra non è più solo un serramento, ma un componente di design capace di trasformare gli spazi abitativi. I Nobili lo ha compreso da tempo e oggi rilancia con soluzioni sempre più minimali e performanti, segnando un passaggio chiave anche per il comparto pvc.

Il percorso è iniziato con Marchese Hybrid, la finestra libera dal fermavetro ibrida che unisce l'eleganza dell'alluminio al cuore in pvc, migliorando isolamento termico e acustico. Il design pulito ed essenziale ha reso il prodotto un riferimento per progettisti e rivenditori, portando alla creazione di un sistema completo: dalla versione Glass con anta a scomparsa, alla variante Luce con profilo sottile, fino a scorrevoli, porte d'ingresso e soluzioni filo muro.

L'EVOLUZIONE VERSO IL PVC MINIMALE

Dopo il successo di questa gamma, l'azienda ha esteso il concetto di minimalismo anche alle linee in pvc, presentando un nuovo serramento interamente in questo materiale: privo di fermavetro, con profili sottili, maniglia centrale e vetro integrato. Una cornice discreta, progettata per esaltare luce naturale, vista e spazi abitativi, capace di integrarsi armoniosamente in qualsiasi contesto architettonico, valorizzando le geometrie degli ambienti, riducendo al minimo l'ingombro visivo e offrendo al contempo elevate prestazioni di isolamento termico e acustico, così da trasformare la finestra in un elemento funzionale e di design in perfetta sintonia con lo stile contemporaneo.

FILOSOFIA AZIENDALE E COMUNICAZIONE

"I Nobili Finestra dell'Avvenire" è lo slogan che sintetizza la filosofia aziendale. Come sottolinea

l'Amministratore unico Riccardo Figliolia, l'obiettivo è realizzare serramenti performanti ed essenziali, capaci quasi di scomparire. Una visione che accompagna anche la campagna istituzionale di marzo: non pubblicità di prodotto, ma un racconto concettuale in cui la finestra diventa simbolo di identità e prospettiva, un vero e proprio manifesto del modo di vivere e progettare gli spazi contemporanei, in cui ogni elemento costruttivo dialoga con la luce, la vista e l'architettura circostante, offrendo al contempo comfort, efficienza e armonia estetica.

INNOVAZIONE PRODUTTIVA E DISTRIBUZIONE

Parallelamente, l'azienda ha investito in tecnologia produttiva, passando da un approccio artigianale a uno industriale avanzato: nuovo centro di lavoro integrato, saldatrice a otto teste, automazione nel montaggio cerniere, magazzini automatici per vetri e accessori. Innovazioni che aumentano velocità ed efficienza, mantenendo al centro il valore delle persone. La forza del brand si misura anche nella distribuzione: crescono gli showroom Spazio I Nobili e i circa 200 partner sul territorio nazionale.

FIERE E CONFRONTO CON IL SETTORE

Partecipare alle fiere di settore è per I Nobili un momento strategico: non solo un'occasione per presentare le novità e confrontarsi con professionisti e rivenditori, ma anche un'opportunità di dialogo diretto con architetti e clienti finali. Manifestazioni come il Saie di Bari (23-25 ottobre) e il Made Expo di Milano (19-22 novembre) diventano così palcoscenici privilegiati per condividere la visione aziendale, rafforzare il ruolo di riferimento nel mondo del serramento e far vivere da vicino l'innovazione dei prodotti.

PULIRE FACILE

Finiture per serramenti pratiche da mantenere: dalla posa in cantiere alla pulizia quotidiana, le pellicole Renolit Exofol assicurano un design brillante che dura nel tempo, grazie a superfici resistenti allo sporco e agli agenti atmosferici, facili da pulire con detergenti sgrassanti, non aggressivi

A cura della redazione



Oggi il design non basta più: il mercato dei serramenti richiede soluzioni che combinino estetica, durata e facilità di manutenzione, soprattutto in un contesto di cantieri in continua evoluzione, dove l'efficienza e la pulizia diventano fattori determinanti. Studiate per preservare un design brillante che dura nel tempo, le pellicole Renolit Exofol con cui è possibile rivestire i profili per finestre, portefinestre e i sistemi scorrevoli sviluppati da Rehau Window Solutions non sono solo un elemento estetico, ma una vera e propria tecnologia che risponde alle esigenze di un settore attento tanto alla qualità del lavoro quanto alla soddisfazione del cliente finale.

DALLA PULIZIA IN CANTIERE A QUELLA DOMESTICA

Durante le lavorazioni in cantiere, gli infissi vengono esposti a rischi che possono creare danni alle pellicole decorative: residui di intonaco, malta, cemento, oli, colla per piastrelle e pittura possono infatti intaccare la superficie del serramento durante la posa in opera e devono essere rimossi immediatamente dopo l'installazione, avendo cura di utilizzare strumenti e detergenti adeguati. Per rimuovere correttamente la sporcizia da cantiere, i decorativi Renolit Exofol necessitano di pochi e semplici accorgimenti: è infatti sufficiente utilizzare acqua calda, un comune detersivo per piatti, della carta da giornale e una spazzola morbida per rimuovere con semplicità qualsiasi residuo. In caso di sporco ostinato, l'azienda ha inoltre sviluppato il Professional Cleaner for Renolit Exofol coated surfaces, il detergente sgrassante, antistatico, non-aggressivo, che riporta le superfici allo stato originale in pochissimo tempo.

La stessa semplicità di manutenzione delle finestre Rehau rivestite con pellicole Renolit Exofol si applica alla pulizia domestica, rappresentando un ulteriore vantaggio per il consumatore finale, che potrà rimuovere polvere e smog semplicemente con un panno morbido immerso in acqua e detersivo per piatti. Inoltre, in caso di profili bianchi, l'innovativa formula HDF (High Definition Finishing) di Rehau Window Solutions, assicura superfici più lisce, quindi meno attaccabili dallo sporco, e più resistenti ai raggi UV e alle intemperie, per un design brillante che rimane inalterato nel tempo.

CORSI PER TUTTI

Infine, Renolit Exterior Solutions organizza corsi di riparazione dedicati a rivenditori, posatori, installatori e serramentisti con produzione, che permettono di acquisire le competenze necessarie per risolvere eventuali danni sulle pellicole derivanti dal trasporto, dalla movimentazione o dalle operazioni di cantiere, e di offrire un servizio di assistenza completo nella fase di post-vendita.



Inquadra il QRcode per guardare il video della pulizia domestica e da cantiere





**Engineering progress
Enhancing lives**

Manutenzione semplice

Le finestre con profili REHAU mantengono il loro aspetto inalterato nel tempo.
Scoprite le soluzioni RENOLIT Exterior Solutions dedicate alla pulizia e alla riparazione delle pellicole per risultati efficaci e clienti soddisfatti.

window.rehau.com/it-it



Rely on it.

VERSATILITÀ IN PVC

Plasticino, azienda di riferimento nel settore edilizio, propone profili sagomati in pvc caratterizzati da elevati standard di qualità e prestazioni, unendo estetica, durabilità e facilità di manutenzione per interni ed esterni

Chiara Cesaroni

Nel settore dell'edilizia e delle rifiniture, la scelta dei materiali è fondamentale non solo per definire l'estetica di un ambiente, ma anche per garantire resistenza strutturale e durabilità nel tempo, fattori che incidono direttamente sulla qualità complessiva del risultato finale. Grazie a un'esperienza consolidata e a un costante impegno nell'innovazione e nella cura dei dettagli, Plasticino ha sviluppato sagome piene dallo spessore di 2 cm: non un semplice dettaglio tecnico, ma il cuore della loro solidità, affidabilità e lunga durata, caratteristiche essenziali per un prodotto di alto livello.

DURATA SENZA COMPROMESSI

Ogni profilo è rivestito con prodotti Renolit, nome di spicco a livello internazionale e punto di riferimento nelle finiture per l'edilizia, garantendo una protezione totale dagli agenti atmosferici. Sole rovente, piogge battenti, escursioni termiche e umidità possono, nel tempo, provocare scolorimento, deformazioni o indebolimento dei materiali; i profili Plasticino, grazie ai rivestimenti avanzati, mantengono inalterate integrità, colore e aspetto estetico anno dopo anno. La combinazione di materiali di alta qualità e tecniche di produzione avanzate assicura prestazioni costanti e affidabili, offrendo sicurezza e tranquillità a chi li sceglie.



COLORI E PROTEZIONE

I profili sagomati sono disponibili in un'ampia gamma di colori e finiture speciali Renolit, inclusi eleganti effetti legno capaci di replicare il calore e la bellezza del materiale naturale senza richiedere complesse operazioni di conservazione. La varietà di tonalità, texture e finiture consente di armonizzare ogni progetto con le tendenze più attuali, dal design minimalista e contemporaneo alle soluzioni classiche e tradizionali. Questa flessibilità permette di personalizzare scale, balconi, terrazzi e altri ambienti con dettagli estetici curati, creando atmosfere raffinate e coerenti con l'interior e l'outdoor design, senza rinunciare a praticità e durabilità.

SOLIDITÀ ED ELEGANZA

La combinazione di solidità, inalterabilità e raffinatezza estetica rende i profili Plasticino la soluzione ideale per numerose applicazioni. Particolarmente indicati per parapetti di scale, balconi e terrazzi, uniscono sicurezza e design curato. Adatti sia per nuove costruzioni sia per interventi di ristrutturazione, rappresentano un investimento intelligente, capace di valorizzare ogni ambiente con funzionalità ed eleganza. Grazie alla loro versatilità, possono essere impiegati in molteplici contesti architettonici, adattandosi con stile a ogni progetto.



PROFILI SAGOMATI PVC

Stile · Forza · Durata

Funzionalità e design per balconi, terrazzi e scale

Sistemi di fissaggio certificati

CE EN 1090

per resistenza alla spinta
a norma di legge



plasticino.it



Rely on it.

PLASTICINO
OUTDOOR SOLUTIONS

MADE IN ITALY

S. Stefano Ticino (MI) | Tel +39 02 97270614



Azienda con sistema
di gestione qualità ISO 9001
Certificato N° 50 100 17753

PORTE UNICHE

Da oltre 30 anni, Inotherm, il più grande produttore europeo di porte d'ingresso in alluminio, è sinonimo di massima qualità nel settore del serramento. Recentemente ha raggiunto un traguardo importante: 500.000 porte vendute, a conferma della fiducia di partner e clienti finali nella tecnologia avanzata, nel design straordinario e nell'affidabilità senza compromessi

A cura della redazione



Le porte d'ingresso Inotherm si adattano a qualsiasi stile architettonico. Oltre 400 modelli personalizzabili soddisfano gusti e necessità diverse. Si spazia dallo stile semplice, che si caratterizza per elementi minimalisti dal look discreto, a quello più urbano, dal design moderno e senza tempo che predilige linee pulite e soluzioni smart particolarmente discrete, adatte ai contesti cittadini, fino ad arrivare alla versione premium, con elementi 3D prominenti, look imponente e soluzioni smart avanzate per edifici di lusso. Non manca, infine, lo stile rustico, con motivi in vetro colorato e cornici in rilievo per un perfetto abbinamento a costruzioni classiche o mediterranee.

OGNI PORTA È UNICA

Ogni modello può essere personalizzato con numerosi accessori: finiture e colori diversi, maniglie esterne sofisticate, pomelli interni, vetri decorativi o ornamentali, soluzioni smart avanzate, numeri civici, targhette e altri dettagli che rendono l'ingresso completo e distintivo. Grazie a un configuratore online semplice e veloce, è possibile regolare anche aspetti

tecnici come dimensioni, tipologia di apertura e tipo di struttura. Per un'esclusività totale, Inotherm realizza porte su misura secondo il progetto del cliente.

PROTEZIONE INTELLIGENTE

Quando la sicurezza è fondamentale, Inotherm garantisce una protezione antieffrazione completa con serratura a cinque punti, cerniere di sicurezza, rosetta e cilindro, e vetro di sicurezza resistente agli urti (se vetrate). Ulteriore protezione è assicurata dalla robusta struttura in alluminio con profili Schüco sviluppati esclusivamente per Inotherm. Le porte sono certificate RC2 e RC3 e hanno superato test di effrazione anche con tentativi brutali e diversi strumenti.

Oggi la tendenza è abbinare alla sicurezza soluzioni smart, sempre più innovative, e grazie alla tecnologia questo è possibile. Il sistema Inosmart, tra i più affidabili per l'accesso senza chiave, integra tre modalità in una: impronta digitale, codice e smartphone. Inoltre, l'ultima versione con funzione Gateway permette di assegnare accessi temporanei generati da remoto, ideale per affitti o case vacanza.

PRESTAZIONI, STILE E DURATA SENZA COMPROMESSI

Oltre al design raffinato e alla tecnologia avanzata, le porte Inotherm offrono eccellente isolamento termico (Ud da 0,61 W/m²K) e acustico (riduce il rumore esterno fino a 41 dB). Le porte mantengono stabilità statica anche in condizioni estreme e la lunga durata è garantita da una protezione aggiuntiva con verniciatura a polvere UV resistente. Tutti gli aspetti tecnologici, estetici e funzionali sono combinati per offrire un'esperienza completa all'utente. Non sorprende quindi che Inotherm sia scelto da oltre mezzo milione di persone e 1200 partner in 18 paesi. L'opportunità di collaborare con loro resta aperta a chi desidera crescere, essere supportato in ogni fase e offrire ai propri clienti un'esperienza che supera le aspettative.



Fieramilano Rho, 19-22 November 2025

Hall 1 - M26 M30 P23 P29

Vi aspettiamo per una visita!

INOTHERM



DIVENTA PARTNER INOTHERM

- **Ampia offerta:** 400 modelli diversi con possibilità di personalizzazione
- **Condizioni di acquisto vantaggiose:** sconto introduttivo aggiuntivo nel primo anno e promozioni per incentivare le vendite
- **Inokalk:** software gratuito per configurazioni e preventivi
- **Formazione tecnica e commerciale:** consulenza rapida con supporto costante
- **Tempi di consegna rapidi:** produzione e consegna in 6 settimane

Incontriamo Inotherm:



34 anni di esperienze
500.000 porte
d'ingresso installate



Produzione proprias
37.000 m²



Sicura come una
cassaforte porta
antiefrazione robusta



Design flessibile per
ogni stile e edificio

INOTHERM d.o.o., Prigorica 98, 1331 Dolenja vas, Slovenia • E: info@inootherm.si • T: +386 1 83 50 725 • www.inootherm.it

Crescere con metodo

Dal piccolo negozio di Pisa agli spazi ottimizzati per il cliente privato, Sb Serramenti è cresciuta investendo sulla qualità del servizio, la formazione del personale e una rete di fornitori selezionata. Un percorso che continua a distinguersi per solidità e attenzione ai dettagli in un mercato sempre più competitivo

Beatrice Cavalcante





Maurizio Bertoli,
amministratore
unico Sb Serramenti

carta d'identità

Sb Serramenti

Via Scornigiana, 6
56121 Loc. Ospedaletto,
Pisa

DIMENSIONI SHOWROOM:
120 m² espositivo + 220 m²
magazzino

NUMERO DIPENDENTI: 6

MARCHI TRATTATI: Cima Infissi,
Baldelli Quinto e Figli, Flessya,
Manuello Design, Blinfort, Primed

FATTURATO: 1.400.000 €

Fondata nel 1981 da Stefano Bertoli, Sb Serramenti nasce come attività commerciale dedicata alla rappresentanza di alcune aziende locali produttrici di infissi. Il primo passo verso il consolidamento arriva con l'apertura di un piccolo negozio a Pisa, che segna l'inizio di un percorso imprenditoriale orientato alla qualità e al servizio.

Nel 2000 entra in azienda la seconda generazione: Maurizio Bertoli, affiancato successivamente dal fratello Leonardo, porta nuove energie e idee, dando impulso a un'importante fase di crescita. In questi anni l'azienda investe nell'acquisto di una nuova sala espositiva, ampliando l'offerta e la visibilità sul territorio. È un periodo di espansione per il mercato e Sb Serramenti acquisisce commesse prestigiose, come il complesso Marco Polo di Viareggio, l'Hotel Principe di Piemonte e la Galleria dei Maestri a Lucca. A partire dal 2010, nonostante le difficoltà dovute alla crisi economica, l'azienda sceglie di investire nella propria struttura. Viene acquistato un nuovo magazzino vicino all'esposizione e implementato un parco mezzi e attrezzature, consentendo un cambio di rotta strategico: dal target delle imprese edili si passa a una clientela privata, più esigente e attenta alla qualità. I risultati confermano la scelta. Con la crescita arriva anche l'esigenza di rafforzare il team con personale specializzato, per garantire un servizio sempre più professionale e personalizzato. Oggi Sb Serramenti è un'azienda strutturata e all'avanguardia, capace di proporre soluzioni su misura e rimanere al passo con le evoluzioni del mercato.

“Negli ultimi anni abbiamo vissuto un periodo complesso nel nostro settore. I continui cambiamenti hanno generato fasi di lavoro molto intenso alternate a momenti più tranquilli. In questo contesto instabile, anziché farci trascinare dall'onda dei vari incentivi – come il Superbonus 110 o lo sconto in fattura – abbiamo scelto di concentrarci sulla nostra clientela e sulla soddisfazione del cliente finale. Questa scelta ci ha permesso di crescere in modo graduale e costante, evitando sbalzi e discontinuità. Credo che, in un mercato così caotico come quello attuale, questo approccio sia non solo utile, ma fondamentale per garantirci una crescita solida e sostenibile anche in futuro” ci racconta Maurizio Bertoli, attuale amministratore unico dell'azienda.

Come sono organizzati gli spazi aziendali?

“Noi siamo esclusivamente una rivendita: la nostra esposizione ha una superficie di circa 120 m² dove all'interno sono esposte diverse tipologie di porte, finestre, persiane, blindati e vari accessori. Gli spazi sono stati progettati da un architetto e ottimizzati al meglio tra zone espositive, uffici tecnici, post-vendita e dirigenziali. Accanto alla nostra esposizione abbiamo un magazzino per lo stoccaggio dei materiali di circa 220 m². Tutti gli spazi sono dotati di schermi e aree pc, ci teniamo molto alla digitalizzazione anche se pensiamo che sia fondamentale il contatto umano con il cliente: parlarci e metterlo a proprio agio, la sua soddisfazione finale parte da qui.”



Che rapporto avete con il vostro cliente tipo?

“Negli anni abbiamo scelto di specializzarci principalmente nella clientela privata, con un’attenzione particolare a tutte quelle situazioni in cui è necessario sostituire le finestre senza interventi murari e senza dover lasciare l’abitazione.

Operare in case abitate e completamente arredate ci ha permesso di distinguerci per precisione e pulizia nell’esecuzione del lavoro - aspetti che i nostri clienti apprezzano da sempre.”

E con i fornitori?

“La scelta dei fornitori è un argomento molto importante, vengono selezionati con cura e prima di valutare una partnership li analizziamo minuziosamente. Crediamo che una solida collaborazione sia alla base di tutto: alcuni dei nostri fornitori sono con noi da più di 20 anni.”

Quanto conta per voi la formazione?

“La cosa per noi più importante è la sicurezza del nostro personale, facciamo tutti i corsi richiesti per poter operare in totale tranquillità, altra cosa importante per noi è essere al passo con tutte le nuove normative che riguardano il mondo dell’infisso, dalle certificazioni, alle tecnologie e soprattutto ai sistemi di posa certificati “Casa Clima”.”

Parliamo di fiducia: qual è il rapporto con il personale e quanto è importante delegare?

“La crescita del mercato degli ultimi anni mi ha portato a non poter gestire tutto in prima perso-



na, i vari compiti vengono delegati lasciando autonomia decisionale. Il confronto giornaliero con le persone del mio team e riunioni periodiche mi permettono comunque di avere la visione completa di tutta l’azienda. La fiducia nei miei collaboratori è per me di vitale importanza per ottenere risultati sempre più ambiziosi.”

Come vedi il futuro della tua azienda?

“Negli anni è cresciuta accanto a noi la presenza di varie multinazionali e magazzini che hanno come strategia la massificazione e la corsa al prezzo e che si sono improvvisati venditori di infissi, trattando prodotti non sempre adeguati, venduti da persone spesso non competenti. La nostra forza è e resterà sempre l’esperienza maturata in oltre 40 anni di attività che è sempre in continua evoluzione, innovazione e sempre attenta alle esigenze dei nostri clienti, perché il nostro è un lavoro che crea soluzioni “su misura” e mai standardizzate.”

Non esiste
il momento perfetto
per cambiare infissi.
Ma questo ci si
avvicina parecchio.



I tuoi nuovi serramenti*
a prezzo di fabbrica
solo fino al 31 luglio.

 **alpilegno**
Valle di Ledro · Trentino

*promo applicata sui serramenti serie legno L72 e LK92.

alpilegno@alpilegno.com

Competenze in evoluzione

Da oltre 25 anni, CSM Infissi rappresenta una realtà di riferimento nel settore dei serramenti a Roma, dove tradizione artigiana e innovazione tecnologica convivono con un forte orientamento alla formazione e al lavoro di squadra. Un'impresa che mette al centro le persone, dai clienti ai collaboratori, con un modello produttivo che unisce consulenza, progettazione su misura e servizi evoluti

Beatrice Cavalcante

Nel panorama romano dei serramenti, CSM Infissi si distingue da oltre 25 anni come realtà solida, coerente e in costante evoluzione. Nata nel 1995 come naturale prosecuzione dello storico Centro Serrature Minerva di Piazza della Minerva, l'azienda ha saputo conservare l'anima artigiana delle origini, trasformandola in un modello produttivo moderno e flessibile, perfettamente adattato alle richieste del mercato attuale. Alla guida dell'impresa c'è Diego Celi, imprenditore romano che fin dall'inizio ha creduto in una visione chiara: offrire soluzioni su misura, con un approccio diretto e senza mediazioni, fondato sulla fiducia e sulla relazione con il

cliente. "Ogni casa è un progetto unico, ogni cliente merita attenzione, ascolto e risposte concrete. Per questo ci metto sempre la faccia, in prima persona", afferma Celi. Ed è proprio questa visione, semplice ma radicale, ad aver fatto crescere l'azienda, proiettandola tra i punti di riferimento del settore in tutto il Lazio.

LA FORZA DELLA SQUADRA E L'INNOVAZIONE DELLO SHOWROOM

Ma se la figura del fondatore è centrale, è la squadra il vero motore dell'azienda. Tecnici, artigiani, forgatori del ferro, esperti di vetro e alluminio: ogni componente del-





Diego Celi, titolare CSM Infissi

carta d'identità

CSM infissi

Via Portuense, 1246
00148 Roma

DIMENSIONI SHOWROOM: 85 m²

NUMERO DIPENDENTI: 10 interni +
collaborazioni esterne

MARCHI TRATTATI: Ponzio Aluminium, Secco
Sistemi, Vetrate&Vetrare, Gibus, Gruppoesse
e Schüco

lo staff è altamente qualificato, formato costantemente e coinvolto nel processo produttivo dalla fase di progettazione a quella di installazione. La cultura aziendale è fortemente improntata alla valorizzazione delle competenze interne, al lavoro di squadra e alla formazione continua. "Credo che una squadra preparata sia il vero vantaggio competitivo. Le persone fanno la differenza, non le macchine", sottolinea Celi. La formazione, infatti, non è solo tecnica ma anche relazionale: saper ascoltare il cliente, interpretarne i desideri e trovare la soluzione giusta è una competenza che richiede esperienza e dedizione. All'interno dell'azienda si investe su aggiornamenti professionali costanti, spesso in collaborazio-

ne con fornitori d'eccellenza come Ponzio Aluminium, Secco Sistemi, Schüco, Gibus e altri partner selezionati. A completare la visione strategica, uno showroom all'avanguardia in via Portuense 1246, tra i più grandi e strutturati del Lazio, dove convivono artigianalità e tecnologia. Qui, i clienti non solo vedono e toccano con mano i prodotti, ma vivono un'esperienza interattiva fatta di configurazioni digitali, simulazioni ambientali e consulenze personalizzate. Uno spazio concepito come ponte tra la tradizione del "saper fare" e l'innovazione che cambia il modo di progettare e vendere i serramenti. È da questo equilibrio tra persone, competenze, artigianato e tecnologia che nasce il successo di CSM



Infissi: una realtà capace di offrire molto più di semplici infissi, ma un servizio completo, sartoriale, sostenibile e profondamente umano.

CSM Infissi si presenta come un'impresa artigiana con anima tecnologica. Come si traduce questo nel vostro showroom?

“Da noi i clienti vivono un'esperienza completa: possono toccare con mano i materiali, visualizzare in 3D i propri spazi, simulare configurazioni personalizzate. Il tutto con l'assistenza costante del nostro personale. Abbiamo integrato tecnologie digitali come configuratori, display interattivi, videowall, ma il contatto umano rimane centrale. È il nostro modo di coniugare tradizione e innovazione.”

Quanto conta la formazione interna e come viene valorizzato il team?

“Il nostro team è il cuore dell'azienda. Investiamo costantemente nella formazione tecnica, nell'aggiornamento sui materiali e sulle normative. Ogni componente dello staff ha un ruolo ben definito e contribuisce in modo attivo alla crescita dell'impresa. Delegare è fondamentale, ma lo è ancora di più costruire un gruppo competente, coeso e motivato. Crediamo che un cliente soddisfatto sia il risultato diretto di una squadra preparata e coinvolta.”

Quanto è importante oggi la comunicazione digitale e come avete strutturato la vostra presenza online?

“Attualmente comunicare in modo efficace è fondamentale. Lavoriamo da anni con un'agenzia che ci supporta nella gestione strategica della nostra presenza digitale. Il sito web è una vetrina aggiornata dei nostri servizi, mentre i social ci permettono di raccontare i progetti realizzati, condividere ispirazioni e dialogare con

il pubblico. La pubblicità online ci aiuta a farci trovare, ma è la reputazione a fare la differenza nel tempo.”

Avete un rapporto diretto con architetti e professionisti? Come li supportate nel loro lavoro?

“Sì, è un canale che stiamo potenziando molto. Lavoriamo fianco a fianco con architetti, ingegneri, interior designer, offrendo loro consulenze tecniche, schede prodotto, soluzioni personalizzabili e un supporto puntuale anche in cantiere. Organizziamo eventi, tour in showroom e momenti di formazione per rafforzare queste relazioni. Ci vedono come partner, non come semplici fornitori.”

Quali sono oggi i principali segnali di cambiamento che percepite dal mercato e come li state affrontando?

“Il mercato si sta orientando verso scelte più consapevoli e personalizzate. I clienti cercano prodotti che uniscano design, sicurezza e sostenibilità. La richiesta di infissi ad alta efficienza energetica è in costante crescita, così come quella di soluzioni integrabili nei progetti architettonici più evoluti. Per noi, questo ha significato rafforzare il nostro know-how tecnico e aggiornare costantemente le competenze della squadra. È proprio su questo che puntiamo: offrire soluzioni su misura che sappiano rispondere a esigenze concrete, anche complesse.”

Qual è la vostra visione dello showroom del futuro?

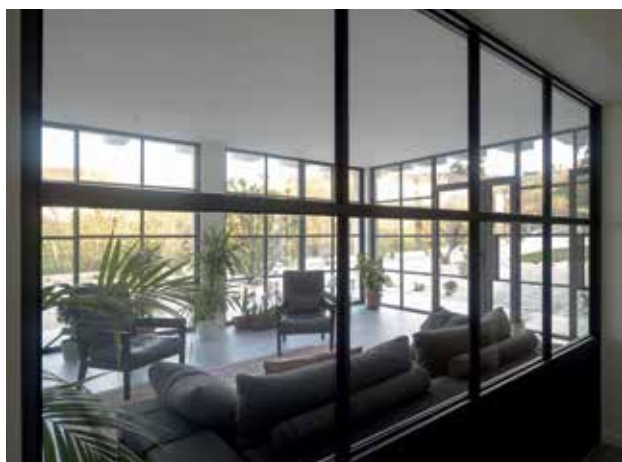
“Immaginiamo spazi espositivi sempre più interattivi, dove la tecnologia consente di simulare spazi reali, ambientazioni, combinazioni di materiali. Il nostro obiettivo è creare un luogo dove il cliente possa progettare e vivere in anteprima ciò che andremo a realizzare. Crediamo che l'integrazione tra artigianato e digitale sarà la vera chiave per il futuro della rivendita.”



Rendi il tuo spazio
un grande ambiente.



Cascina rigenerata



Fra le colline di Canelli (AT), un edificio rurale è stato demolito e ricostruito come residenza privata, preservando i caratteri tipologici delle cascine piemontesi. In primo piano, la valutazione energico-ambientale secondo il protocollo Itaca e l'installazione di nuovi serramenti ad alte prestazioni

Margherita Toffolon, foto di Alessandro Santi

Nel territorio patrimonio dell'Unesco delle colline di Canelli, in provincia di Asti, i vincoli paesaggistici molto restrittivi hanno imposto la ricostruzione dell'edificio demolito nella tipologia originaria, alterata in passato da una ristrutturazione poi sospesa. La nuova costruzione, su progetto dello studio Due Linee Architettura, riprende l'aspetto della tipica cascina piemontese, adeguandola alle esigenze della committenza e con prestazioni energetiche nettamente superiori.







identikit

Realizzazione: Residenza unifamiliare
 Progetto architettonico: Due Linee
 Architettura
 Località: Canelli (At)
 Serramenti in legno alluminio: Alutop
 70, Tip Top Fenster
 Fornitura serramenti: LignoAlp
 Serramenti in alluminio: Slim Line 38
 Cubic, Reynaers Aluminium
 Vetro: AGC Flat Glass Italia
 Porte interne: Bertolotto Porte
 Fornitore e installatore: Falegnameria
 F.lli Boido
 Porte interne su misura: Falegnameria
 FAP2 Architetture d'interni
 Maniglie: Hoppe

IL PROGETTO ARCHITETTONICO E LA DISTRIBUZIONE DEGLI SPAZI

L'abitazione si sviluppa su due piani fuori terra, in parte seminterrati. Il piano terra ospita la zona ingresso, uno studio, la serra solare quale ambiente di transizione tra interno ed esterno e spazio d'accoglienza e gli ambienti di servizio, mentre il piano primo è distribuito fra zona giorno con soggiorno living centrale e zona notte divisa tra area bambini e area padronale. La spaziosa autorimessa con tetto verde e la piscina all'interno dell'ampio giardino fanno parte del nuovo intervento fondato sul forte impegno verso la sostenibilità ambientale. Numerose le scelte progettuali in questa direzione: la procedura di demolizione con ricostruzione che ha permesso di contenere il consumo di suolo applicando al contempo criteri di demolizione selettiva con catalogazione e recupero dei materiali, l'adesione al protocollo Itaca per la valutazione



energetico-ambientale e l'impiego di una significativa quantità di materiali riciclati e provenienti da materie prime seconde (MPS) quali: isolante in cellulosa con un contenuto riciclato del 90% per le pareti, sistema di sottofondo con granulato plastico riciclato al 100% e massetto a secco in lastre di fibrogesso. Per la costruzione del nuovo edificio è stata utilizzata la prefabbricazione in legno con sistema costruttivo a telaio isolato con sistema a cappotto, solai a pannello multistrato (X-Lam) e copertura a falda, combinato a una struttura in calcestruzzo per le porzioni seminterrate. Tutti i materiali utilizzati sono naturali e provenienti da fonti rinnovabili, molti anche con certificazione ambientale EPD che ne garantisce la sostenibilità.

IL RUOLO ENERGETICO DEI SERRAMENTI

È questa una realizzazione in cui i serramenti garantiscono elevati livelli energetici e un continuo dialogo

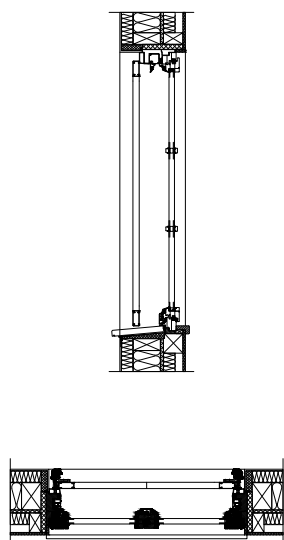


LO STUDIO

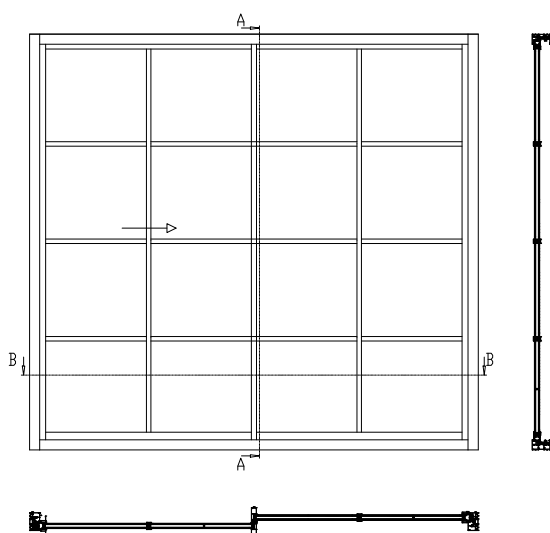
Manuela Graziano, Giulia Mazza, Celeste Moiso e Graziana Pirrotta, compagne di studio, colleghe e amiche, uniscono le rispettive esperienze e competenze nel loro studio Due Linee Architettura. Dalla progettazione architettonica a quella strutturale, dall'interior design alle pratiche comunali la sinergia è la stessa ovvero volta a creare progetti innovativi e a misura di persona.



SEZIONE TIPO TIP TOP



SEZIONE TIPO REYNAERS



DETTAGLIO SERRAMENTI

visivo tra l'interno e l'ambiente naturale circostante, un altro elemento cardine del progetto.

In ottemperanza ai vincoli paesaggistici, sono stati scelti elementi dalle linee classiche, ma con elevate prestazioni tecniche, ovvero serramenti in legno- alluminio Alutop 70 di Tip Top Fenster; con tre strati in lamellare e rivestimento esterno in alluminio, verniciati con oli impregnanti e vernici a base acqua RAL 9010 ($U_w=1,23 \text{ W/m}^2\text{K}$, $U_f=1,2 \text{ W/m}^2\text{K}$), con vetrocamera così composto: 2x 4-18-EN33.1 con

IL PARTNER

Dal 1987 il Gruppo Bertolotto si caratterizza per una crescita costante con un nuovo stabilimento, la creazione e l'acquisizione di altre aziende a Brescia e a Piacenza, fra cui la Gardesa porte blindate, e il raggiungimento di un fatturato pari a 94 milioni nell'anno 2022. L'ultima acquisizione riguarda Connecticut, azienda specializzata nella progettazione e produzione di porte per interni destinate agli ambienti pubblici. Nello stesso anno nasce Bertolotto France e viene acquisita CLF Portes Design. Ad oggi, sono oltre 130 i brevetti di sistema, apertura, design ed accessori. Il gruppo opera non solo Italia, ma anche estero con una sede in Francia e una negli Stati Uniti. I canali di vendita sono rivolti all'utilizzatore finale attraverso show-room, rivenditori serramentisti, canale edile, grande distribuzione, e-commerce, oltre che al mondo contract e hotel.



$U_g=1,10 \text{ W/m}^2\text{K}$ e $R_w=34 \text{ dB}$.

Per quanto riguarda la serra solare al piano terra sono stati, invece, utilizzati serramenti in alluminio Slim Line 38 Cubic di Reynaers Aluminium ($U_f=1,9 \text{ W/m}^2\text{K}$), con profili dalla sezione ridotta e vetrocamera stratificato composto da vetro 44.2Stratophone iplus Planibel Clearlite + iplus Light on Clearlite - 18 mm Argon 90% - 33.1 Stratophone 2x Planibel Clearlite, con $U_g=1,0 \text{ W/m}^2\text{K}$ e valore complessivo di $U_w=0,4 \text{ W/m}^2\text{K}$.



PORTE A SISTEMA

La scelta delle porte interne, prevalentemente nella tipologia LP8 Panto Next laccato bianco opaco nella versione walldoor minima e reversa di Bertolotto Porte, rispetta l'impostazione generale del progetto in cui convivono elementi della tradizione (tipologia edilizia) e sistemi costruttivi ed energetici innovativi. Nella zona notte padronale, invece, è stato utilizzato il modello Crystal BI della linea Sistemi di Design Inside, sempre di Bertolotto Porte, con telaio essential scor-

revole filomuro con vetro su ambi i lati (da una parte verniciato brown e dall'altra satinato grigio) che si integra alle pareti e all'estetica del bagno, oltre a garantire trasparenza e luminosità fra gli ambienti. Un modello senza telaio tradizionale che permette l'installazione con cassonetto filomuro oltre a essere caratterizzato da un'elegante unghia integrata. Su progetto, è invece la porta scorrevole simile a un quadro, da cui si accede alla zona cantina con area di degustazione, che è stata realizzata dalla falegnameria Fap2.



Da edificio residenziale tripartito degli anni '80, l'immobile è stato trasformato in una villa unifamiliare caratterizzata da grandi infissi e porte su misura, elementi che definiscono la sua nuova immagine contemporanea. Il progetto integra soluzioni sostenibili, supportate da un sistema domotico avanzato per la gestione efficiente degli impianti

Margherita Toffolon, foto di Laura Crucitti

Modernità



sostenibile





identikit

Realizzazione: Edificio residenziale
 Progetto architettonico e DL: Studio Luigi Smecca
 Località: Mondello (Pa)
 Impresa: Projectbuilding soc. coop
 Serramentista: Cianciolo Group
 Serramenti in alluminio: ASE 67 PD, AWS 75 BS HI, Schüco
 Arredi e porte interne su misura: Caruso Handmade
 Porte a filo parete: Eclisse
 Porta-parete vetrata: Longho
 Domotica: Gstudio

Nuova immagine per un edificio originariamente suddiviso in tre unità residenziali a Mondello (PA), trasformato in una villa unifamiliare circondata da un ampio giardino con dependance. Non resta alcuna traccia della tipologia preesistente degli anni '80, caratterizzata da aggetti, pilastri, cornici curve nei prospetti e dalla copertura a falde spioventi, sostituita senza aumento di volumetria da un insieme contemporaneo di volumi semplici immersi nella natura circostante. In parallelo alla nuova conformazione esterna, lo studio Luigi Smecca ha ridisegnato anche la distribuzione interna degli spazi, introducendo nuovi collegamenti verticali in grado di soddisfare le esigenze dei proprietari.

TRASFORMAZIONE FUNZIONALE E ARCHITETTONICA

Un cambiamento radicale ha interessato la villa sul piano funzionale, estetico e tecnologico. Grazie alle grandi vetrate e all'eliminazione di tre falde non strutturali della copertura al piano terra, sono state realizzate tre nuove terrazze piane calpestabili, fruibili dai locali del primo piano.

La villa si sviluppa su tre livelli: il seminterrato, ottenuto mediante grandi sbancamenti sui fronti est e ovest, garantisce aerazione e illuminazione naturale ai nuovi ambienti abitabili, che comprendono palestra, sala cinema, mini appartamenti per i figli, ampie zone living e relax. Il piano terra, in open space, ospita la zona giorno con diverse aree relax e cucina, mentre all'ultimo piano si trova la zona notte padronale.

INTERNI, GIARDINO E TECNOLOGIA

Anche lo spazio esterno ha subito una profonda trasformazione, con la piscina, l'hammam, la piccola piscina riscaldata e la dependance. Proprio il colore verde della ricca vegetazione, insieme a bianco, vetro, micro cemento, caratterizza l'immagine della villa. La luce naturale, filtrando attraverso contrasti di ombre, domina gli ambienti, definendo





LO STUDIO

Lo studio Luigi Smecca Architetti è una realtà multidisciplinare che integra architetti senior, ingegneri, interior designer e specialisti in rendering fotorealistico. L'approccio sinergico e sartoriale consente di sviluppare progetti dall'idea alla realizzazione, con attenzione a ogni dettaglio tecnico ed estetico in vari ambiti dal residenziale al direzionale, dall'horeca all'interior design fino al restauro monumentale e all'architettura del paesaggio.

volumi bianchi e puri ed evidenziando le scansioni dei pergolati in alluminio. Il giardino diventa parte integrante degli interni, con panoramiche aperture che garantiscono continuità visiva tra "dentro" e "fuori" in ogni stagione.

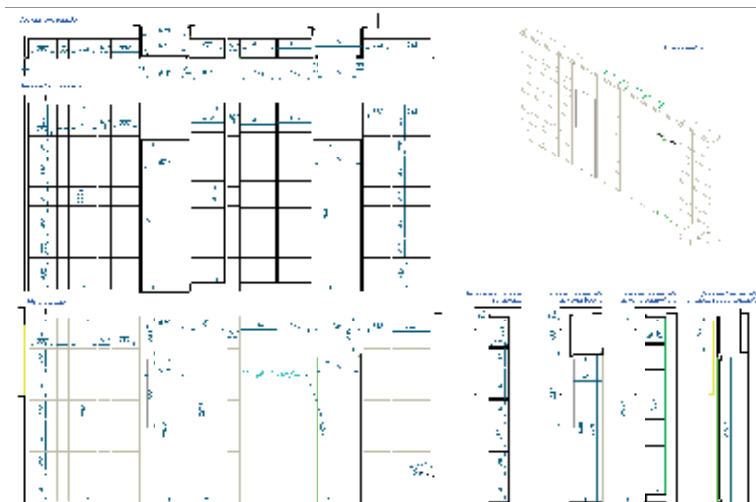
Un'attenzione che si ripercuote anche nella scelta dei materiali degli interni con componenti naturali, linee minimali e colori neutri. Gli arredi interni, disegnati su misura dallo studio e realizzati da Caruso Handmade, sono accoppiati a tavoli, divani e complementi di design. Anche l'impiantistica è stata completamente rinnovata con sistemi tecnologici all'avanguardia con gestione tramite sistema domotico tale da renderla energeticamente indipendente e sostenibile. La scelta dei materiali degli interni privilegia componenti naturali, linee minimali e colori neutri. Gli arredi, disegnati su misura dallo studio e realizzati da Caruso Handmade, si combinano con tavoli, divani e complementi di design. Anche l'impiantistica è stata completamente rinnovata, con sistemi tecnologici all'avanguardia e gestione domotica, rendendo la villa energeticamente indipendente e sostenibile.

IL PARTNER

Dal 1981 l'Antica Ebanisteria di Carlo Caruso si è evoluta, per volontà dei figli Carlo e Sergio, nel nuovo brand Caruso Handmade dedicato al design contemporaneo e al custom made su misura. La continua sperimentazione dell'azienda nell'ambito dei colori, dei materiali e delle finiture supporta ogni progetto e le esigenze specifiche degli architetti. La costruzione dei mobili è sempre al passo con le ultime tendenze, realizzata con materiali di qualità, innovativi prevalentemente naturali, in integrazione con le tecnologie più avanzate.



Porta filo ingresso camera ospiti



Porte filo bagno in camera e cabina armadi piano -1

GRANDI FINESTRE E PORTE SU DISEGNO

Per le finestre della villa sono stati utilizzati sistemi Schüco di colore bianco, in sintonia con il colore dominante degli esterni e degli interni. Le grandi aperture della zona giorno al piano terra (2,30x3,70 metri) sono state realizzate da Cianciolo Group con il sistema scorrevole panoramico ASE 67 PD, mentre tutte le finestre a battente sono state installate con il sistema AWS 75 BS HI, complete di accessori Simply Smart. Per entrambe le tipologie è stato installato un vetrocamera composto da: 8mm selettivo temperato, 16 mm bordo

caldo 90% argon, 55.4 con $U_g = 1,0 \text{ W/m}^2\text{K}$, valore medio $U_w = 1,35 \text{ W/m}^2\text{K}$ e fattore solare $g = 34$. Nel progetto, particolare attenzione è stata dedicata alla scelta delle porte interne, per garantire uniformità estetica, pulizia formale e massima integrazione con le superfici architettoniche. Tutte le porte, a filo muro, misurano 70 o 80 cm di larghezza, per ottenere una perfetta complanarità con la parete, sia essa intonacata, tinteggiata o rivestita. Realizzate su misura da Caruso Handmade, le porte sono state progettate in stretta collaborazione con la committenza.



PORTE E PANNELLATURE INTEGRATE

La struttura si mimetizza con boiserie o pannellature decorative, garantendo continuità visiva e coerenza cromatica. Dal punto di vista funzionale, le soluzioni adottate a filo muro rispondono a differenti esigenze d'uso: alcune porte sono dotate di maniglia classica, altre di nottolino o di fascia verticale di presa, in linea con il linguaggio minimale del progetto.

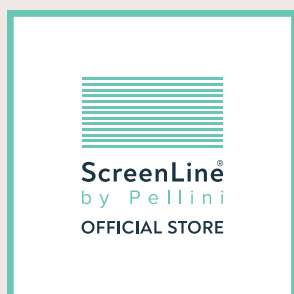
Questa personalizzazione ha permesso di scegliere le finiture e la modalità di apertura in base all'integrazione con gli ambienti circostanti. Le porte sono concepite come veri e propri elementi di architettura integrata. La parete scorrevole fonoassorbente dell'area cinema, su progetto dell'architetto Smecca, è composta da setti scorrevoli che permettono una gestione flessibile dello spazio. Questa soluzione consente di trasformare l'ambiente a seconda delle necessità d'uso e garantisce un controllo ottimale sia dal punto di vista acustico sia visivo.



Le pannellature sono realizzate in legno e successivamente pitturate con finitura opaca per ridurre la riflessione luminosa durante la proiezione e integrarsi con l'ambiente circostante. La funzione fonoassorbente è garantita da specifici materiali e accorgimenti costruttivi interni, che riducono i fenomeni di risonanza e riverbero.

La parete vetrata che divide la cucina dal living è interamente in vetro extrachiaro, per garantire una massima luminosità e continuità visiva tra i due ambienti. La composizione con due ante fisse laterali e due porte scorrevoli centrali consente di modulare l'apertura in base alle esigenze. Il sistema, fornito da Longho, è stato installato durante i lavori di ristrutturazione su un binario in acciaio annegato nel solaio, che accoglie il meccanismo di scorrimento.

Nella villa sono presenti altre porte a filo parete, realizzate con il sistema Eclisse, che completano l'armonia stilistica e funzionale degli interni.



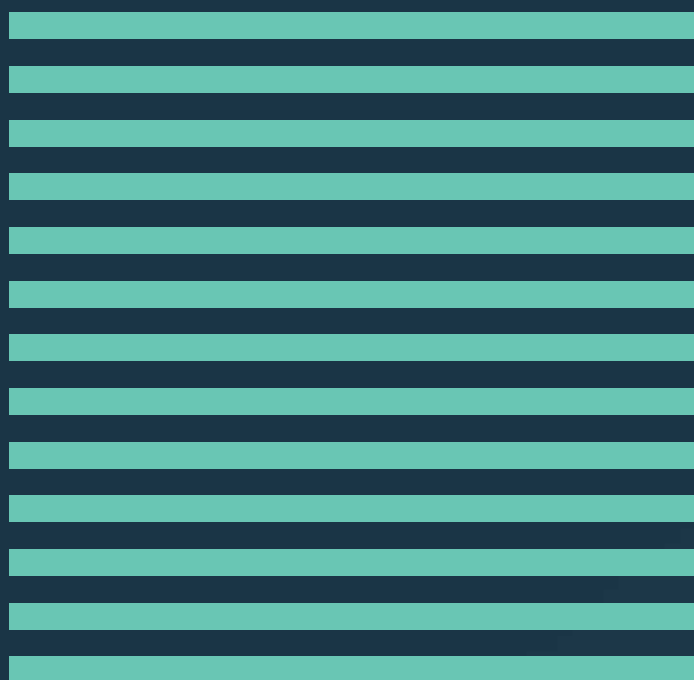
Per te tanti vantaggi esclusivi:

- Beneficia dell'interesse generato dalle campagne promozionali ScreenLine
- Esposizione sempre aggiornata con le ultime novità
- Supporto dedicato e formazione continua
- Materiali promozionali in costante aggiornamento
- Riconoscimento come punto vendita ufficiale delle schermature integrate ScreenLine

Diventare uno ScreenLine Official Store significa entrare in un progetto che premia chi sa distinguersi: più opportunità, più riconoscimento e la forza di un network che mette il tuo showroom sotto i riflettori grazie a strumenti esclusivi pensati appositamente per portare il tuo business più lontano.

www.pellini.net

**SCREENLINE OFFICIAL STORE.
LA SCELTA CHE APRE NUOVE
PROSPETTIVE**



ScreenLine®
by Pellini

LA CONTEMPORANEITÀ DELLA PREFABBRICAZIONE

La prefabbricazione permette di realizzare edifici sostenibili, performanti e perfettamente allineati alle necessità dell'edilizia contemporanea. Elevata efficienza energetica, tempi di cantiere ridotti e un equilibrio tra elementi standardizzati e massima personalizzazione sono gli elementi più caratteristici

Gaia Mussi

La prefabbricazione, nell'immaginario comune abbinata per molto tempo a funzioni edilizie temporanee o di limitato valore architettonico, ha trovato ampio riscatto, convincendo anche gli utenti finali della qualità che è possibile raggiungere con le soluzioni tecnologiche oggi disponibili. Negli ultimi vent'anni, infatti, anche l'edilizia residenziale prefabbricata ha conosciuto una crescita esponenziale, alimentata da innovazioni tecnologiche, nuove esigenze abitative e un'accresciuta consapevolezza ambientale. **I punti di forza sono la modularità, la rapidità di costruzione, la flessibilità, la sostenibilità, che del resto ben si coniugano con i tratti distintivi dell'abitare contemporaneo.** Si cambia il modo in cui si concepisce l'edificio e ogni suo elemento, progettando fin dal principio ogni elemento anche in ottica di come verrà movimentato e posizionato in cantiere. Per questo motivo assumono particolare rilievo anche le scelte connesse ai materiali da costruzioni e ad elementi quali i serramenti. La posa di finestre, porte finestre e porte esterne non necessariamente segue le fasi tradizionali del processo edilizio, tant'è che in alcune circostanze vengono incluse nella fase di prefabbricazione. In ogni caso, come in qualsiasi altro edificio, questi elementi svolgono un ruolo centrale, non solo come componenti funzionali e strutturali, ma anche come fattori strategici per l'efficienza energetica, l'estetica architettonica e la vivibilità degli ambienti interni. Ciò è ancora più vero se si considera che sostenibilità ed efficienza rappresentano obiettivi prioritari nella realizzazione di un edificio prefabbricato.

TRA STANDARDIZZAZIONE E PERSONALIZZAZIONE

La prefabbricazione si fonda su processi industrializzati che consentono la realizzazione di moduli abitativi in

stabilimento e il successivo assemblaggio in sito. È insita, nella prefabbricazione, la possibilità di ridurre quanto più possibile la complessità di ciò che avviene in sito, presso il cantiere. Questa metodologia riduce tempi e costi di costruzione, minimizza gli sprechi e garantisce un elevato controllo qualitativo. Tutte le case prefabbricate si accomunano per un aspetto particolarmente rivoluzionario, ossia la capacità di conciliare standardizzazione produttiva e flessibilità progettuale. I moduli prefabbricati odierni sono personalizzabili in termini di layout, finiture, impianti e serramenti, che devono adattarsi sia alle esigenze prestazionali sia ai vincoli costruttivi tipici di questo comparto. Allo stesso tempo, la costruzione è completamente standardizzata, così come la progettazione degli elementi strutturali che la compongono. Ciò comporta un'elevatissima semplificazione di realizzazione, oltre a rendere particolarmente connesse le fasi di progettazione, fabbricazione e posa in opera.

È importante, però, smentire uno dei grandi pregiudizi su queste tecnologie, ossia che il linguaggio di un edificio residenziale che nasce dalla modularità e dalla prefabbricazione sia necessariamente povero, anonimo o rigido. Gli edifici costruiti negli ultimi decenni dimostrano che può essere tutto il contrario. Come per qualsiasi altra soluzione costruttiva, non si dovrebbe confondere la tecnologia scelta, con la forma e, soprattutto, con il linguaggio estetico che connota un progetto.

L'attenzione al design è sempre più elevata in queste realizzazioni, che introducono stile, ricercatezza e, soprattutto, elevatissima personalizzazione. Una semplificazione tecnica, non necessariamente porta con sé una semplificazione formale e funzionale. Dallo sviluppo volumetrico e dallo studio degli spazi interni, fino alla scelta di colori e materiali, gli elementi da definire su misura sono davvero molti. I serramenti non fanno eccezione,

visto che come in tutti gli altri edifici giocano un ruolo da protagonisti nella definizione del ritmo di facciata, nella percezione della luce naturale e nella relazione tra interno ed esterno. Il ricorso a grandi superfici vetrate, profili minimali, colorazioni custom permette ai progettisti di lavorare con un lessico contemporaneo, senza sacrificare le performance.

LA COSTRUZIONE DELLE CASE PREFABBRICATE

Quando si parla di case prefabbricate si fa riferimento a un insieme ampio di soluzioni tecnologiche che permettono la parziale o totale realizzazione industriale dei componenti assemblati (a secco) in cantiere. Possono essere oggetto di prefabbricazione travi e pilastri, ma anche intere pareti e solai. Inoltre, la maggior parte delle aziende specializzate in questo campo, propone una propria linea di serramenti, sia per finestre, porte finestre e porte esterne, che per gli infissi interni. Ciò permette di raggiungere i migliori risultati e semplificare ulteriormente ogni operazione di assemblaggio.

La prima fase coincide sempre con una progettazione dettagliata, che spesso si avvale del BIM, anche per simulare in modo completo la struttura, le connessioni tra moduli, gli impianti tutti gli altri elementi che compongono l'edificio, tra cui anche i serramenti. Questo livello di precisione, infatti, riduce al minimo le interferenze in fase di montaggio e permette una pre-ingegnerizzazione di ogni fase realizzativa. Proprio per questo motivo anche i serramenti sono parte del sistema prefabbricato, riducendo, se non annullando, ogni possibile incertezza.

Una precisione permessa anche dal fatto che, anziché realizzare in opera strutture e componenti edilizi, si ricorre ad ambienti industriali controllati, con linee produttive in grado di garantire ripetibilità e qualità per ogni elemento. Quando si lavora per moduli, anche gli impianti possono essere oggetto di pre-montaggio. L'inserimento delle finestre già in fabbrica, all'interno di moduli o porzioni di edifici prefabbricati, dipende dalle scelte tecnologiche fatte. Chiaramente questa opzione comporta alcune criticità in fase logistica, in quanto i serramenti potrebbero rappresentare un punto delicato e richiedono le dovute attenzioni in fase di trasporto. Una volta prodotti, infatti, i moduli vengono trasportati in cantiere con appositi mezzi. Questo passaggio impone limiti dimensionali (larghezza standard tra 2,5 e 4 metri) e richiede una pianificazione logistica dettagliata. Se i serramenti sono già stati installati, pertanto, devono essere protetti e collaudati per resistere alle vibrazioni e alle sollecitazioni durante il trasporto.

Segue, infine, la fase on-site, rapida e poco invasiva. In

pochi giorni si può completare l'assemblaggio dell'intero edificio, grazie al montaggio a secco degli elementi prefabbricati e connessioni impiantistiche rapide. Rimanono, chiaramente, le opere di finitura, da eseguire secondo le procedure più tradizionali. Questo approccio riduce l'impatto ambientale del cantiere, abbatte il rumore e diminuisce drasticamente la produzione di rifiuti. Nei casi in cui si opti per un montaggio successivo dei serramenti, ciò non inficia in modo particolarmente negativo sui tempi di cantiere, in quanto ogni elemento è in ogni caso predisposto per una rapida posa. In sostanza, come in un puzzle, ogni "pezzo" trova in modo preciso il proprio posto.

I SERRAMENTI NELL'EDILIZIA PREFABBRICATA

I serramenti per edifici prefabbricati devono rispondere a una serie di requisiti specifici, talvolta più stringenti rispetto all'edilizia tradizionale. Infatti, oltre alle abituali sfide connesse al raggiungimento di prestazioni termiche e acustiche sempre maggiori, nel caso della prefabbricazione si aggiungono anche l'importanza di una perfetta integrazione dei serramenti nella struttura prefabbricata e la rapidità di posa. Nei moduli prefabbricati i fori finestra vengono predisposti in fabbrica. Questo implica una tolleranza dimensionale molto ridotta e richiede che il serramento sia progettato con estrema precisione. Inoltre, le modalità di fissaggio e sigillatura devono garantire tenuta all'aria e all'acqua anche in presenza di giunti prefabbricati, spesso soggetti a sollecitazioni dinamiche durante il trasporto e il montaggio. Si aggiunge il fatto che le tempistiche di cantiere sono nettamente differenti e si ricorre a sistemi di posa a secco o semplificati, tramite anche una parziale installazione dei moduli finestra. Tutto ciò abbrevia le operazioni, ma richiede anche una collaborazione sinergica tra progettisti, serramentisti e operatori in campo.

Non perdono di importanza i già citati temi energetici e prestazionali, soprattutto alla luce del fatto che i moderni edifici prefabbricati fanno dell'efficienza un cavallo di battaglia. Si parla di NZeb o case passive, con risultati ottimali in termini di isolamento termico e acustico. La scelta del serramento segue questa linea, con particolari attenzioni ai materiali, al vetro e anche al sistema di ombreggiamento, che normalmente viene installato in loco, dopo i serramenti.

Detto ciò, è bene sottolineare che non vi sono limiti sulle soluzioni tecnologiche che si sceglie di utilizzare, in quanto la prefabbricazione si coniuga perfettamente con la posa di serramenti di ultima generazione, che sfruttano materiali classici quali il legno, il pvc, l'alluminio, anche combinati tra loro in modo sapiente. Anche per quanto riguarda i meccanismi di apertura non vi sono vincoli specifici.

PROGETTI

WOLF HAUS

Wolf Haus, impegnata nella realizzazione di case prefabbricate in legno dal 2011, ha realizzato una villa unifamiliare nella prima fascia collinare del territorio modenese, a sud di Maranello. Il progetto si distingue per l'approccio integrato tra paesaggio, architettura e tecnologia costruttiva. Sviluppata su un lotto in forte pendenza esposto a nord-est, infatti, la villa si inserisce nel contesto naturale con l'intento di dialogare con l'ambiente circostante, valorizzando scorci, viste prospettiche e continui riferimenti visivi al paesaggio collinare e alla pianura. La prefabbricazione ha permesso di ridurre i tempi di realizzazione, il legno di aumentare la sostenibilità e un attento studio delle aperture di assicurare questo legame tra l'interno e l'esterno.

SCHEDA PROGETTO

Progettazione architettonica: Studio di Architettura Fangareggi Castelli, Formigine (MO)

Località: Maranello (MO)

Oggetto: Villa

Anno di realizzazione: 2020

Strutture e impianti: Wolf Haus, Campo di Trens (BZ)

Superficie utile: 575 m²

Area lotto: 1600 m²

Tecnologia: Prefabbricazione in legno

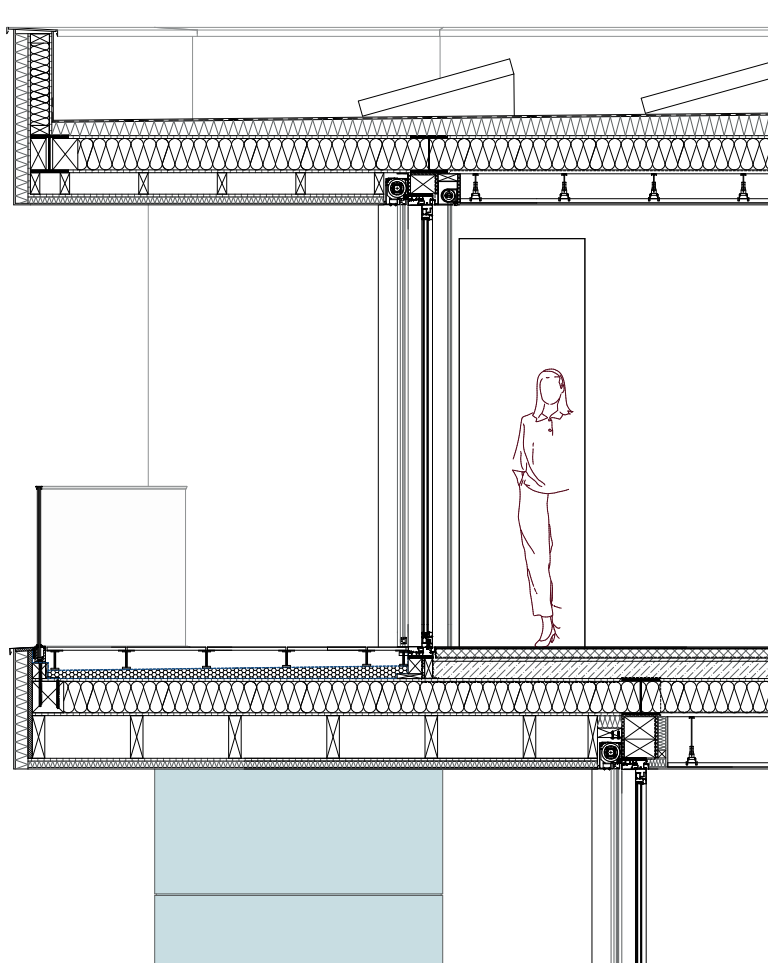
Uno degli aspetti distintivi dell'intervento è stato l'approccio integrato tra architetti, ingegneri e imprese esecutrici. La prefabbricazione ha richiesto un'elaborazione dettagliata del progetto esecutivo sin dalle fasi iniziali: ogni elemento, dai setti strutturali alle predisposizioni impiantistiche, è stato studiato in fase di progettazione, riducendo al minimo le incertezze in cantiere. Questo processo ha permesso di completare il montaggio della struttura in tempi estremamente rapidi, garantendo una qualità realizzativa elevata e un controllo rigoroso dei dettagli.

COMPOSIZIONE ARCHITETTONICA E RAPPORTO CON IL PAESAGGIO

Alla base del progetto architettonico vi è il desiderio della committenza di vivere in spazi contemporanei. Per questo, i progettisti hanno scelto soluzioni prefabbricate leggere, combinando volumi regolari e dinamici. L'edificio è composto da due volumi principali, sovrapposti e sfalsati, generando logge e terrazze che animano la facciata. L'architettura dialoga con il paesaggio, valorizzando orientamento, ventilazione e vista, per un'elevata qualità abitativa. I volumi seguono una logica funzionale: garage e locali tecnici sono a monte, le aree residenziali a valle. Una scala centrale, con gradini sospesi in legno bianco e parapetto in vetro strutturale, collega zona giorno e zona notte. Gli interni sono caratterizzati da una palette materica e cromatica studiata nel dettaglio: il colore viene utilizzato come elemento di identità, attraverso infissi, rivestimenti in alluminio blu e intonaci con finitura pigmentata.

TECNOLOGIA, TRASPARENZA E LUCE NATURALE

Dal punto di vista strutturale, la villa è realizzata con un sistema prefabbricato in legno a telaio leggero per i due piani fuori terra, realizzati su un basamento interrato in cemento armato. Tutte le pareti sono portanti, il solaio interpiano è realizzato con elementi lignei prefabbricati e la copertura è piana. La scelta del legno, oltre che per ragioni estetiche e sostenibili, ha permesso di ridurre i tempi di costruzione e di raggiungere alti livelli di precisio-





ne esecutiva. Il progetto ha posto particolare attenzione a temi come la resistenza sismica, l'isolamento termico e il comfort abitativo. Il sistema involucro è stato sviluppato per garantire un'elevata efficienza energetica, grazie a cappotti esterni, coibentazioni stratificate e infissi ad alte prestazioni. L'edificio è dotato di impianto fotovoltaico integrato nella copertura e di schermature solari, sia interne che esterne, a scomparsa.

La scelta di posizionare le superfici vetrate lungo tutto le facciate e sulla base della rotazione dei volumi prima descritta ha permesso di innescare una forte relazione tra l'interno e l'esterno. La sequenza di aperture, infatti,

sembra far percepire che ogni ambiente interno goda di uno scenario differente. Le vetrate in questo progetto sono uno degli elementi caratteristici. Ciò anche a dimostrazione del fatto che la prefabbricazione offre ampio margine alla composizione architettonica e al gusto contemporaneo.

La presenza tanto significativa di superfici trasparenti, inoltre, assicura anche una forte presenza di luce naturale. I parapetti trasparenti, le grandi vetrate a tutt'altezza e le sporgenze aggettanti permettono alla luce naturale di inondare gli spazi, creando ambienti molto luminosi e accoglienti.

PROGETTI

RUBNER - VEZZOLI

La casa deve essere un luogo in cui trovare riparo, sentirsi al sicuro e a proprio agio. Comfort e benessere sono le parole d'ordine quando si parla di edilizia residenziale contemporanea di qualità, dove progettazione architettonica e tecnologia si fondono, con un approccio sensibile e attento alle esigenze della committenza.

Questo è ciò che è avvenuto nel processo di realizzazione di una villa immersa nel verde a Villongo, paese che si affaccia verso il lago d'Iseo. Si tratta di un'abitazione Rubner Haus, progettata dall'Ing. Arch. Andrea Vezzoli (Opificio Abitare), in stretta collaborazione con i proprietari Nadia e Gianni. Il risultato vede in perfetto equilibrio architettura e paesaggio: non si è ricercato un gesto vistoso, ma una presenza misurata e armoniosa, che nasce dal desiderio profondo di creare un rifugio familiare, intimo e accogliente, capace di coniugare estetica e sostenibilità. La dimora in legno, con la tecnologia a telaio di Rubner, si caratterizza per prestazioni di elevata efficienza energetica e riflette lo stile di chi la abita.

IL PROGETTO DELLA VILLA

L'edificio si pone con rispetto e armonia all'interno del contesto naturale, riproponendo linee armoniose e contrasti delicati. Entrando, si supera l'ingresso e ci si trova nel cuore della casa, con una zona giorno che funge da baricentro dell'intero sistema. Su questo ambiente si affaccia anche un

SCHEMA PROGETTO

Progettazione architettonica: Opificio Abitare - Ing. Arch.

Andrea Vezzoli

Località: Villongo, lago d'Iseo (BS)

Oggetto: Villa

Anno di realizzazione: 2022

Strutture e impianti: Rubner Haus, Chienes (BZ)

Superficie utile: 220 m²

Area lotto: 600 m²

Tecnologia: Prefabbricazione in legno

soppalco e da qui si possono raggiungere (e vedere) tutte le porte di ingresso alle altre stanze presenti. Per favorire quanto più possibile l'illuminazione naturale, ma anche la percezione di apertura e fluidità interna, si è cercato di evitare un'eccessiva frammentazione degli spazi interni. Oltre al soggiorno e alla cucina comunicanti al piano terra, si trovano due bagni, una camera padronale e altre due stanze, per i figli della coppia. Per le finiture interne è stato scelto il parquet per tutti gli ambienti ad eccezione della cucina, mentre il ceppo di Gré (di Marazzi) caratterizza la scala di Novalinea, leggera, aperta e trasparente. Le porte interne sono di Rubner Porte in frassino spazzolato verniciato di bianco, con venature leggibili in controluce.

L'edificio si distingue anche per le sue prestazioni, con ottimi risultati di isolamento acustico, certificato da ift Rosenheim (Istituto per la tecnologia dei serramenti), da GBD (Gruppe Bau Dornbirn), e da ETA (Benestare Tecnico).



co Europeo dei componenti edilizi). Non da meno, sono i livelli di efficienza energetica.

SERRAMENTI PER LA LUCE NATURALE E PERSONALIZZAZIONE

L'illuminazione naturale è un'importante protagonista del progetto. Grazie anche all'orientamento dell'edificio, la luce del sole avvolge l'edificio per l'intera giornata, con variazioni di intensità e tonalità, in grado di connettere chi vive gli ambienti interni, con la naturalezza del trascorrere del giorno e della notte. I serramenti, in questo caso, giocano un ruolo chiave. Non è necessario realizzare intere facciate in vetro per poter godere di elevati livelli di illuminazione, ma piuttosto è importante studiarne la disposizione interna e ponderarne le misure. Ogni ambiente dispone di ampie finestre, con profili scuri in elegante contrasto con le superfici dai colori chiari che distinguono l'esterno. In soggiorno, in particolare, un'ampia vetrata funge anche da elemento di comunicazione tra l'interno e il portico esterno, seguito dal giardino. I serramenti sono stati interamente forniti da Rubner; in particolare si sono utilizzati Rubner Fenster; in legno laccato interno ed esterno, con triplo vetro. Inoltre, per proteggere la casa dal sole, sono stati installati degli avvolgibili Roltec. Rubner Haus fornisce soluzioni complete, dove la personalizzazione e la progettazione architettonica contribuiscono a ottenere risultati su misura per le esigenze del Cliente. La committenza ha potuto esplicitare ogni necessità e gusto, scegliendo rivestimenti, colori, organizzazione degli spazi interni, finiture, arredi e serramenti, in stretta collaborazione con l'Ing. Arch. Andrea Vezzoli.





SCOPRI LE SOLUZIONI ERRECI PER UNA CASA PIÙ SICURA
PORTE BLINDATE - GRATE - PERSIANE IN ALLUMINIO E BLINDATE - SERRAMENTI IN ACCIAIO, ALLUMINIO

Erreci Sicurezza - Viale Dell'Industria 5/7 Codogno (LODI)
tel. 0377 436041 - info@errecisicurezza.com
www.errecisicurezza.com / www.erreciarchitecture.it

SAR vetrina automazioni

LA NUOVA ERA DEI SERRAMENTI PASSA DALLA TECNOLOGIA

Beatrice Cavalcante

L'automazione e la domotica stanno rivoluzionando il settore dei serramenti, aprendo nuove opportunità per i rivenditori che vogliono distinguersi e offrire un valore aggiunto ai propri clienti. Non si tratta solo di motorizzare tapparelle o finestre, ma di proporre un nuovo modo di vivere gli spazi, dove comfort, efficienza e tecnologia si fondono in un'unica esperienza abitativa. Le persone sono sempre più orientate verso soluzioni intelligenti che permettono di controllare la casa da remoto, risparmiare energia e aumentare il livello di sicurezza. Le tecnologie disponibili oggi consentono di integrare i serramenti con i principali sistemi domotici, rendendo possibile gestirli tramite app, sensori ambientali o comandi vocali. Per i rivenditori, è l'occasione per ampliare la propria offerta, aggiornarsi e proporsi come veri consulenti per la smart home. Offrire soluzioni automatizzate significa anche aumentare il valore dell'immobile, migliorare l'accessibilità per chi ha difficoltà motorie e proporre un'abitazione più sicura, efficiente e moderna. Consigliare la domotica non è più un'opzione, ma una risposta concreta alle esigenze del mercato attuale.

SICUREZZA SMART CISA

Cisa Domo Connexa è il sistema di automazione per porte blindate progettato per coniugare sicurezza meccanica certificata e gestione digitale degli accessi, trasformando la porta d'ingresso in una vera Smart Door. Il cuore del sistema è rappresentato dalla serratura motorizzata, che consente la movimentazione automatica di scrocco e catenacci in modo fluido e silenzioso, garantendo al contempo massimi livelli di protezione grazie alla conformità alle norme EN 12209 e EN 14846. A questa si affianca il Cisa Button, un modulo intelligente che abilita la comunicazione Bluetooth® Low Energy 5.0 con dispositivi esterni, come smartphone, tastiere e telecomandi.

Attraverso un bridge Wi-Fi, collegabile alla rete domestica, è possibile gestire la porta da remoto tramite app o piattaforma web, con connessione crittografata end-to-end. Il sistema consente anche l'assegnazione di credenziali di accesso temporanee, la ricezione di notifiche sullo stato della porta, il controllo delle batterie, l'attivazione dell'apertura automatica in prossimità e l'integrazione con assistenti vocali e scenari domotici. Tutti i componenti sono progettati per essere completamente integrati nella struttura della porta, risultando invisibili dall'esterno. Il design è essenziale e pensato per adattarsi a contesti residenziali contemporanei offrendo un'esperienza d'uso evoluta ma intuitiva.



PROTEZIONE E CONNESSIONE EVVA

AirKey è un sistema di chiusura elettronico che consente di trasformare lo smartphone in una chiave digitale, offrendo una gestione degli accessi più sicura, flessibile e completamente controllabile da remoto. Per utilizzare il sistema è sufficiente disporre di un cilindro elettronico AirKey, di uno smartphone e di una connessione a Internet. Questa configurazione permette di inviare chiavi digitali a distanza e di gestire in modo centralizzato le autorizzazioni di accesso attraverso una

piattaforma online. La soluzione è adatta a ogni tipo di impianto, dai sistemi più semplici a quelli complessi, e si distingue per la semplicità d'uso e l'affidabilità. L'applicazione mobile e l'interfaccia di gestione online sono gratuite e progettate per garantire un'esperienza utente intuitiva. Particolare attenzione è riservata alla protezione dei dati, grazie all'impiego di tecnologie avanzate che assicurano elevati standard di sicurezza. AirKey rappresenta una risposta moderna alle esigenze di controllo degli accessi, unendo innovazione, praticità e protezione.



ACCESSIBILITÀ MIGLIORATA

GEZE

Con ECturn, Geze porta l'automazione intelligente anche tra le pareti di casa. Questo sistema elettromeccanico per porte a battente si distingue per il design compatto e discreto, ideale per interni moderni e raffinati, perfino con ante in vetro senza telaio. Pensato per migliorare l'accessibilità e il comfort quotidiano, ECturn si attiva con una semplice spinta (Push & Go) o in modalità completamente automatica, muovendosi in modo fluido e silenzioso. Perfetto per ambienti privati attenti al design e alla funzionalità, rende ogni accesso più elegante, sicuro e inclusivo, anche in presenza di persone con mobilità ridotta.

TUTELA E PRATICITÀ

ISEO

Iseo presenta la nuova versione della maniglia elettronica Aries, ora dotata di microprocessore avanzato e alimentazione a batterie alcaline.

Parte della gamma Connected, Aries unisce sicurezza, praticità e libertà di movimento.

Compatibile con la maggior parte delle serrature e facilmente installabile senza cablaggi, è ideale per abitazioni, uffici e strutture ricettive.

Può memorizzare fino a 300 credenziali, registra 1.000 eventi, funziona con card RFID e smartphone, ed è compatibile con lettori biometrici e PIN.

Resistente anche all'esterno (IP55), offre modalità privacy e rispetto delle normative EN per usi antipanico. Un concentrato di tecnologia per una gestione avanzata e flessibile degli accessi.



ULTIMA GENERAZIONE NICE

Nice Next Autotorque® è il motore tubolare di nuova generazione per l'automazione delle tende da sole a bracci (20Nm-50Nm), con tecnologia brevettata, che unisce efficienza energetica riducendo i consumi del 35% rispetto ai motori analoghi, adattabilità e silenziosità, migliorando l'esperienza d'uso per gli installatori e gli utenti finali. Funziona a 230V, potenza di 130W e con assorbimento di 1A. Il finecorsa elettronico è regolabile in tre modalità. Ha protezione IP44 per l'uso esterno. Design compatto e minimale, con installazione semplificata grazie al cavo plug-in premontato e scollegabile per una manutenzione rapida. Funzionamento continuo fino a 10 minuti prima della protezione termica. La testa Star Head assicura compatibilità con supporti a stella, ideale per sostituzioni di applicazioni precedenti. Il sistema Climatic Speed Control regola automaticamente la velocità di apertura e chiusura della tenda in base alle condizioni climatiche: chiusura rapida in caso di vento (fino a 25 rpm) e chiusura graduale al calare del sole (6 rpm). La tecnologia frenante avanzata e la funzione Soft Start-Stop assicurano movimenti fluidi e silenziosi (<50 dBA). La funzione Self Learning adatta la forza motore all'applicazione automaticamente, riducendo l'usura del telo. Include sistemi esclusivi di aggancio manuale (FTA) e automatico (FTC), tensionamento del tessuto (FRT) e riduzione della coppia di chiusura (RDC). Compatibile con Yubii per scenari personalizzati e controllo remoto via app Yubii Home o telecomando bidirezionale.



SISTEMA AVANZATO SUNBELL

Sunbell introduce Spirit Level Up&Down, un'innovativa tecnologia brevettata che rileva l'inclinazione della finestra, bloccando automaticamente il movimento della tenda quando il serramento è aperto o in posizione a vasistas. Questo sistema avanzato previene malfunzionamenti e garantisce un funzionamento affidabile nel tempo. Frutto della costante ricerca e sviluppo del team Sunbell, questa soluzione combina design innovativo, massima funzionalità e lunga durata, grazie a processi produttivi all'avanguardia e rigorosi controlli di qualità. Il sistema brevettato per tende motorizzate con batteria ricaricabile e connessione magnetica offre tutti i vantaggi di un impianto motorizzato senza la necessità di cablaggi complessi, semplificando l'installazione e l'utilizzo. La gestione avviene tramite un dispositivo esterno al vetrocamera, dotato di connessione magnetica e batteria ricaricabile, con opzione di comando a distanza via radiocomando. Spirit Level Up&Down è compatibile con serramenti scorrevoli, non richiede impianti elettrici dedicati ed è disponibile anche nella versione con pannello fotovoltaico, per un'alimentazione ancora più sostenibile. Progettato per offrire massima sicurezza e durata nel tempo, il sistema è retrocompatibile con i modelli precedenti, consentendo la sostituzione del solo attuatore senza interventi invasivi. Sunbell continua a innovare, offrendo soluzioni intelligenti e all'avanguardia per il comfort abitativo.



NUOVA LINEA AUTOMATISMI TOPP

Nel 2025 TOPP ha introdotto la linea di automatismi per porte scorrevoli pedonali KI 60_K250, che supera le serie KI 40_K200 e TI 50_T240, unendo facilità di installazione e compattezza, con prestazioni superiori grazie alla scheda elettronica di nuova generazione. La struttura compatta, con trave 175 x 100 mm, cassonetto a innesto rapido senza viti a vista, cinghia orizzontale e profilo di scorrimento ammortizzato, garantisce manutenzione facile e funzionamento silenzioso. I carrelli rinforzati supportano fino a 250 kg per uso intensivo. La scheda elettronica migliora apertura, chiusura, reattività e fluidità del movimento. L'alimentatore switching riduce i consumi, la direzione di apertura e la sensibilità agli ostacoli sono regolabili e il modulo Bluetooth consente programmazione tramite smartphone con credenziali separate per installatore e utente. KI 60_K250 conferma la sua posizione come soluzione di riferimento, combinando compattezza, affidabilità e prestazioni elevate.

SENSORE DI TEMPERATURA SOMFY

Somfy introduce Amy® Sun Protect io, la prima soluzione che offre comfort termico incorporato in un comando a parete. Grazie al sensore di temperatura interna e a un'intelligenza integrata, abbassa automaticamente le protezioni solari durante le ondate di calore, anticipando i picchi di calore e garantendo una temperatura interna più confortevole senza interventi manuali. Integrando il sensore con il sistema TaHoma®, è possibile ottimizzare ulteriormente comfort termico ed efficienza energetica, con scenari automatizzati come "Comfort Termico" che regolano le coperture delle finestre anche quando si è fuori casa. Amy Sun Protect io è certificato Act For Green, con impatto ambientale considerato lungo tutto il ciclo di vita (batteria 5 anni) e garanzia di 5 anni. È il modello di punta della gamma Amy io, disponibile con cornice quadrata o rotonda, per 1-4 canali e funzioni auto/manuale. Tutte le versioni a 1 canale integrano il sensore di temperatura compatibile con TaHoma, con funzioni Salita, Discesa e "my" per memorizzare la posizione preferita. La gamma può azionare motori solari o wirefree, senza bisogno di cablaggio.





YELLOW LOCKER

Semplice, Sicuro, Veloce

Il nuovo **YELLOW LOCKER** di COLFERT è attivo 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e ti permette di ritirare la merce **quando vuoi**, in completa autonomia.

YELLOW LOCKER si trova presso il piazzale del punto vendita di Mogliano Veneto (TV) in Via Raffaello Sanzio, 31.



Per maggiori informazioni
inquadra il QRcode o visita
il sito www.colfert.com

COLFERT
CREARE SOLUZIONI ECCELLENTI
ascolto progetto risolvo



FORMAZIONE & BUSINESS

- MARKETING
- GESTIONE
- DIGITALIZZAZIONE
- COMUNICAZIONE
- RETAIL

Contenuti formativi
per lo sviluppo
del business delle rivendite

ESPERIENZE CHE CONVINCONO

La fiducia nasce da storie vere: i racconti dei clienti hanno un potere persuasivo che supera di gran lunga la comunicazione tradizionale. Case study e testimonianze, se strutturati con metodo, non solo accelerano le decisioni d'acquisto ma aumentano anche il valore degli ordini, trasformando esperienze personali in strumenti concreti di marketing credibile

Mauro Zamberlan

In un mercato in cui la fiducia rappresenta uno dei principali driver di soddisfazione e le testimonianze autentiche generano il 90% di fiducia in più rispetto alla comunicazione aziendale diretta, una strategia strutturata di case study e testimonianze può ridurre i tempi di chiusura e aumentare il valore medio degli ordini. Immagina di entrare in uno showroom di serramenti e trovare, accanto ai campioni esposti, un tablet che mostra la storia della famiglia Rossi di Vicenza: come i nuovi infissi hanno ridotto del 35% le loro bollette energetiche e trasformato una casa anni '70 in un'abitazione silenziosa e confortevole. Questa non è pubblicità, è **marketing narrativo basato sull'evidenza**: uno strumento molto efficace per conquistare la fiducia dei clienti.

Le testimonianze hanno un valore strategico che va ben oltre la semplice recensione positiva. In un mercato dove mediamente servono dai tre ai cinque contatti prima che un cliente prenda una decisione d'acquisto, i case study strutturati diventano veri e propri acceleratori del processo decisionale. Un portfolio ben documentato di dieci-quindici case study può generare tassi di conversione superiori al 3% sulle pagine web dedicate, con tempi di permanenza che superano i due minuti, praticamente il doppio rispetto alle tradizionali pagine prodotto.

SCEGLIERE IL CLIENTE GIUSTO

La selezione del cliente da intervistare è tanto importante quanto l'intervista stessa. Una tempistica ottimale si colloca tra i tre e i sei mesi dopo l'installazione: un tempo che consente al cliente di apprezzare i benefici senza perdere l'entusiasmo dell'investimento.

I progetti più efficaci per i case study sono quelli che rac-

contano una trasformazione significativa. Cerca clienti che abbiano ottenuto miglioramenti quantificabili, come una riduzione dei consumi superiore al 30% o un abbattimento acustico oltre i 40 decibel. È fondamentale mantenere un equilibrio nel portfolio. Ecco una possibile suddivisione: il 60% progetti residenziali, il 30% commerciali e il restante 10% progetti speciali o complessi che dimostrano le tue capacità tecniche.

Quando contatti un cliente per proporre un'intervista, l'approccio deve essere professionale, ma personale. Una formula da impiegare via telefono potrebbe essere: *"Buongiorno Sig./Sig.ra [Cognome o Nome? Può dipendere dal rapporto che si è creato durante la fase di vendita], sono [Nome] di [Showroom]. Il suo intervento in [zona] è tra i migliori lavori del 2025 e lo vorremmo usare come esempio/case study per aiutare altri clienti indecisi.*

Le propongo un'intervista di 30 minuti: 20 minuti in cui le farò 4-5 domande + max 10 minuti per 4-6 foto dei serramenti. Zero preparazione da parte sua, niente indirizzo; vede e approva lei foto e testo prima della pubblicazione. Se preferisce, nessun dato personale (intervista con iniziali+città).

Come ringraziamento per la sua disponibilità: un check-up gratuito a 12 mesi e/o un kit pulizia (del valore di 150 euro).

Meglio martedì alle 18.00 o mercoledì alle 13.00?"

Se preferisci puoi inviare un messaggio molto simile via e-mail e un messaggio su WhatsApp di conferma (pre-visita).

"Domani passiamo per l'intervista di 30 minuti: 4 domande più 5-6 scatti dei serramenti. Nessun indirizzo/geotag. Se desidera restare anonimo ce lo dica pure. Se può, liberi il davanzale e teniamo aperte 1-2 ante. Grazie!"

REALIZZARE UN'INTERVISTA: IL FORMAT

L'intervista è la base sia per un case study scritto che per una testimonianza video. L'obiettivo è guidare il cliente a raccontare una storia, non a rispondere a un questionario. Ricorda che è fondamentale ottenere sempre il consenso del cliente prima di pubblicare nomi, dichiarazioni e immagini che lo riguardano. Struttura dell'intervista:

1. Introduzione e presentazione: Presenta brevemente il cliente e la sua abitazione.

2. La situazione iniziale: Quali erano i problemi o le esigenze prima di sostituire i serramenti? (es. spifferi, rumore, bollette alte, poca luce).

3. La ricerca della soluzione: Come ha conosciuto il tuo showroom? Cosa lo ha spinto a scegliere proprio te?

4. L'esperienza con lo showroom: Come si è trovato durante la fase di consulenza e scelta dei prodotti?

5. La posa in opera: Com'è andata l'installazione? (es. professionalità dei posatori, pulizia, rispetto dei tempi).

6. I risultati e i benefici: Quali miglioramenti concreti ha riscontrato dopo l'installazione dei nuovi serramenti? (es. comfort, risparmio energetico, estetica).

7. Conclusione: Consiglierebbe il tuo showroom? E perché?

Esempi di domande da porre:

- Qual era il problema principale che sperava di risolvere con i nuovi infissi?
- Cosa l'ha convinta a scegliere proprio noi tra le varie opzioni disponibili?
- Qual è l'aspetto che ha apprezzato di più del nostro servizio di installazione?
- Che differenze ha notato in termini di comfort abitativo da quando ha i nuovi serramenti?
- Se dovesse descrivere la sua esperienza con noi in una frase, quale sarebbe?

CREARE UN CASE STUDY DI SUCCESSO: LO SCHEMA NARRATIVO

Un case study non è una semplice recensione, ma un racconto strutturato che segue il classico schema "Problema - Soluzione - Risultato".



Format per un Case Study:

Titolo accattivante: "Più luce e silenzio: la trasformazione di una villetta a schiera grazie ai nuovi serramenti"

Il cliente: breve introduzione del cliente e della sua abitazione.

La sfida (il problema): descrivere in dettaglio la situazione iniziale e le esigenze del cliente.

Ad esempio: "La famiglia Rossi viveva in una casa con serramenti in legno datati che, oltre a non isolare adeguatamente dal freddo e dai rumori esterni, richiedevano una manutenzione costante."

La soluzione: spiegare perché sono state scelte determinate tipologie di serramenti e come si è svolto il lavoro di consulenza e posa.

Ad esempio: "Dopo un'attenta analisi in showroom, abbiamo proposto serramenti in pvc con triplo vetro basso emissivo, ideali per garantire il massimo isolamento termico e acustico."

Il nostro team di posatori qualificati ha completato l'installazione in soli due giorni, curando ogni dettaglio e lasciando l'abitazione in perfetto ordine."

I risultati: elencare i benefici concreti ottenuti dal cliente, se possibile con dati quantificabili.

Ad esempio: "La famiglia Rossi ha riscontrato un immediato miglioramento del comfort abitativo, con una riduzione del rumore proveniente dalla strada di oltre il 50% e un risparmio sulle bollette del riscaldamento stimato del 20% nel primo inverno."

Citazione del cliente: Includere una frase significativa del cliente che riassume la sua soddisfazione.

Call to action: Invitare i lettori a contattare lo showroom per una consulenza.

VIDEOINTERVISTE: L'AUTENTICITÀ CHE CONQUISTA

Le video-interviste sono estremamente efficaci perché mostrano l'entusiasmo e la sincerità del cliente. Per un risultato professionale, è consigliabile affidarsi a un vi-



TESTO DI LIBERATORIA (ESSENZIALE, DA ADATTARE)

"Autorizzo [Showroom] a utilizzare le immagini dei serramenti installati presso [indirizzo, città] per finalità di case study/testimonianze su sito, social, materiali commerciali.

Nessun indirizzo o elemento identificativo verrà pubblicato senza ulteriore consenso. Nessuna geolocalizzazione. Posso revocare il consenso in ogni momento scrivendo a [e-mail]; in tal caso i contenuti verranno rimossi dove possibile.

Trattamento dati secondo [link informativa GDPR]. Firma, data."

ATTENZIONE: si tratta solo di un esempio. Fai sempre rileggere il tuo testo a un consulente GDPR.



deomaker, ma anche con uno smartphone di buona qualità si possono ottenere ottimi risultati, prestando attenzione a:

- **Location:** la casa del cliente è lo scenario ideale, perché permette di mostrare il risultato finale.
- **Audio:** un audio di buona qualità è fondamentale. Utilizzare un microfono esterno è sempre una buona idea.
- **Luce:** scegliere un ambiente ben illuminato, preferibilmente con luce naturale.
- **Stabilità:** utilizzare un treppiede per evitare riprese mosse.

COME PUBBLICARE E VALORIZZARE LE TESTIMONIANZE DEI CLIENTI

- **Sul sito web dello showroom:** Crea una sezione dedicata (es. "Dicono di noi" o "Storie di successo")

dove raccogliere tutti i case study e le interviste. Per ciascun progetto, evidenzia la problematica iniziale del cliente e come è stata risolta con i tuoi prodotti.

Invia mensilmente una newsletter dedicata al "progetto del mese".

- **Sui social media:** Condividi una frase chiave del cliente insieme a una foto del risultato, invitando i follower a leggere la storia completa sul tuo sito. I contenuti autentici dei clienti tendono ad ottenere molta risonanza sui social. Puoi anche pubblicare brevi video con spezzoni dell'intervista o mostrare il prima vs dopo del progetto, così da aumentare ulteriormente la visibilità del brand.

- **In showroom e nei materiali di vendita:** Metti in risalto le storie di successo anche nel punto vendita e nelle brochure. Per esempio, puoi includere brevi case study nelle **brochure**, esporre un poster con la testimonianza di un cliente soddisfatto o posizionare sugli espositori dei QRcode che rimandano a case study pertinenti.

Nel negozio, fate scorrere su uno schermo le foto dei progetti realizzati con una citazione del cliente.

Quando un visitatore vede esempi concreti di altri clienti felici (magari della sua zona o con esigenze simili) sarà più propenso a fidarsi e a procedere all'acquisto.

Ricordati sempre di mantenere **l'autenticità**: le testimonianze devono essere credibili e verificabili. Indica dettagli reali (nome e cognome del cliente, zona di provenienza, e magari una foto) per rendere la storia più tangibile (a meno che il cliente non insista a mantenere l'anonimato). Evita qualunque esagerazione o - peggio - testimonianze fittizie: la sincerità paga sempre nel lungo periodo.



LA FINESTRA CHE NON TI ASPETTI

EMOJI



FORTINFISSI
Eccellenza Italiana nei Serramenti



Scopri
come diventare
rivenditore

C'è chi vede una finestra e chi un mondo di opportunità. Fortinfissi progetta e realizza infissi 100% italiani, pensati per dialogare con ogni paesaggio e ogni esigenza abitativa. Per i rivenditori, è molto più di un prodotto: è un accesso a soluzioni digitali avanzate, servizi su misura e un sistema commerciale pensato per crescere insieme.

Scopri l'infisso che cambia il tuo punto di vista.

Presenza digitale

La rivoluzione digitale è già dentro il mondo dei serramenti. Non basta più il volantino o il passaparola: servono strumenti di marketing nuovi per distinguersi. Chi li adotta subito conquista clienti, fiducia... e mercato

Maura Trabacchi

Per anni, nel settore dei serramenti, il digitale è stato visto come un "di più": un sito vetrina, qualche post su Facebook, una newsletter ogni tanto... e sembrava bastare. Oggi però lo scenario è cambiato radicalmente. Il cliente non entra più in showroom "per caso": *ci arriva dopo aver cercato online, letto recensioni, visto video e confrontato offerte*. Il suo percorso d'acquisto inizia molto prima di varcare la soglia del negozio. Se non ti trova nel posto giusto, al momento giusto, con il messaggio giusto, sceglie qualcun altro. Ecco perché il marketing digitale non è più una moda: è il nuovo standard competitivo. E chi non si adegua perde terreno, ogni giorno di più. La buona notizia? Non serve diventare esperti di algoritmi. Basta usare correttamente gli strumenti giusti.

CINQUE STRUMENTI CONCRETI PER FARE LA DIFFERENZA

1. Landing page dedicate per ogni campagna (e per ogni cliente)

Il sito generico è utile, ma non basta più. Quando un utente clicca su una pubblicità o cerca una risposta precisa, ha bisogno di una **pagina dedicata, immediata, focalizzata**.

Una *landing page* è come un venditore infallibile: accoglie, spiega, rassicura, guida all'azione.

- Deve parlare a una sola persona e a un solo bisogno.



Prima

- Deve eliminare ogni distrazione: no menù, no link esterni. Solo contenuto mirato.
- Deve chiudersi con una call to action forte e visibile ("Fissa un appuntamento", "Scarica la guida", "Prenota la consulenza").

Esempio: hai una campagna Facebook che parla di comfort acustico?

Crea una landing che mostra:

- il prima/dopo di un cliente reale;
- un video-test;
- recensioni autentiche;
- un pulsante per farsi richiamare.

Crea un paio di varianti e testa quale funziona meglio.

Il digitale ti dà dati, non solo impressioni. Usali.

2. CRM intelligente: il cuore pulsante della relazione con il cliente

Ogni giorno perdiamo contatti preziosi solo perché non abbiamo un sistema per gestirli.

Il CRM (Customer Relationship Management) non è un gestionale: è un **alleato commerciale**. È possibile:

- segmentare i tuoi clienti per tipo, interesse, zona, stato della trattativa;
- inviare comunicazioni personalizzate ("Ciao Marco, tra 2 mesi scade la tua garanzia, vuoi un check-up gratuito?");





Dopo

- non dimenticare mai un follow-up: il sistema ti ricorda quando contattare chi.

E se lo integri con WhatsApp Business, il gioco si fa ancora più potente:

- rispondi in tempo reale;
- automatizzi messaggi di conferma;
- tracci i flussi in modo ordinato.

Pensi che sia troppo complesso o costoso? Esistono soluzioni su misura anche per piccole aziende, intuitive e scalabili. L'importante è iniziare.

3.Video marketing: emozione, verità e differenziazione

Un buon video vale più di 100 brochure. Sai perché? Perché semplicemente **muove emozioni**. E le emozioni vendono prima ancora della logica. Il cliente oggi non vuole solo vedere *com'è fatta* una finestra. Vuole capire *cosa cambia nella sua vita* grazie a quella finestra. Idee da realizzare:

- un tour del cantiere con il posatore che spiega;
- la famiglia che racconta come è migliorata la qualità della vita;
- un time-lapse dell'installazione completa;
- un video breve (30-60 sec) che mostra il prima e dopo di una ristrutturazione.

Evita i tecnicismi. Punta sull'emozione e sull'autenticità.

IL DIGITALE NON ASPETTA. AGISCI ORA E VINCI.

Bisogna esserci

- Con gli strumenti giusti
- Con i messaggi giusti
- Nei luoghi giusti

Questa non è una rivoluzione fatta di grandi budget, ma di strategie intelligenti, costanza e voglia di evolvere.

Il digitale non sostituisce il rapporto umano.

Lo rafforza. Ti rende più efficace, più veloce, più riconoscibile. **E in un mercato che cambia ogni giorno, chi comunica meglio, vende meglio.**

Usa la tua voce, o quella dei tuoi clienti. Anche un video girato con lo smartphone può generare fiducia, connessione e vendite.

4. Campagne local su Google e Meta: colpisci dove serve

Ogni mese ci sono migliaia di ricerche su Google come "finestre insonorizzate Milano" o "serramenti efficienti a Bologna". La domanda diretta è un segnale di alta intenzione di acquisto; eppure, molti produttori e rivenditori **non intercettano questa domanda**. Oppure fanno campagne generiche, disperdendo budget in zone e target che non porteranno mai a nulla. Cosa fare:

- lavora con campagne geolocalizzate: parla solo a chi è nel tuo raggio d'azione;
- scegli parole chiave ad alto intento ("sostituire finestre", "cambio infissi con bonus");
- su Facebook e Instagram, punta su immagini reali e testi concreti. Niente slogan vuoti.

Con una strategia mirata puoi generare lead a basso costo, qualificati e pronti per essere contattati. E se hai un CRM (vedi punto 2), puoi seguirli senza perderne neanche uno.

5. Newsletter narrative: crea appuntamento, non spam

Le persone leggono solo ciò che le interessa. E nel mare di e-mail promozionali, solo chi racconta davvero riesce a farsi spazio. La newsletter non deve vendere direttamente: deve **creare relazione**. Idee utili:

- un racconto mensile di un cantiere riuscito (con nomi veri e problemi risolti);
- "Il consiglio dell'esperto": ogni mese, una dritta pratica sul mondo finestre;
- un mini-video in esclusiva per gli iscritti: "Come scegliere la finestra giusta per il salotto".

Mantieni la cadenza costante (una o due volte al mese), usa un tono umano, firma con nome e cognome.

Non sei un algoritmo: sei un professionista che vuole essere *ricordato*.



VETRINE E INSEGNE

Rappresentano il primo contatto visivo con il cliente, come un biglietto da visita del punto vendita. Devono trasmettere in modo chiaro e coerente l'identità e i valori del brand. Un design curato attira attenzione, crea interesse e rafforza la riconoscibilità

—
Frida Nobile

Le vetrine e le insegne costituiscono i primi step di comunicazione fisica, quelli più importanti. E quindi, abbiamo provato a ragionare su questi fondamentali strumenti di visibilità con Cristiano Bonesso, (Progettazioneinterni.net) per mettere a fuoco le priorità e i criteri più funzionali di utilizzo. E poi, capire come essere coerenti e calibrare in modo corretto elementi costitutivi, come leggibilità e dimensioni.

LE VETRINE

L'uso della vetrina, le dimensioni giuste

“La vetrina è il primo punto di contatto concreto con il cliente e, quindi, è molto importante rispettare il posizionamento commerciale del brand anche in funzione dell'aspettativa del target.

Il concetto di partenza è che una buona vetrina deve riflettere e restituire il mood generale della marca e del prodotto. Anche se poi, ovviamente, i criteri cambiano molto nel caso in cui il punto vendita affacci su strada o si trovi all'interno di un centro commerciale. La situazione è ancora diversa se si tratta di grossi brand di catena come Lafayette o Beaumarchais che diventano dei veri e propri momenti di esposizione teatrale, per esempio, nel periodo natalizio e che, quindi, necessitano di allestimenti molto particolari e grandi spazi.

Per quanto riguarda l'entità di spazio da dedicare bisogna valutare la situazione del singolo punto vendita e il numero di vetrine disponibili. In qualche caso, si potrebbe anche



decidere strategicamente di focalizzarsi solo su alcune di esse se occorre, ad esempio, valorizzare meglio lo spazio all'interno del negozio, neutralizzando quelle che si ritengono superflue con pareti, vetrofanie o messaggi vari. Di solito, è consigliabile dedicare uno spazio indicativo per ogni vetrina di almeno 150 mt di profondità per tutta l'estensione lineare”.

Le regole di base per riuscire a essere coinvolgenti ed evocativi. E poi: la visuale sul negozio: sì o no?

“Non esistono regole fisse per riuscire ad essere coinvolgenti, perché molto dipende dal prodotto, dal mood specifico del brand e da altri fattori specifici relativi alle singole realtà. In generale, i criteri di scelta devono tener conto del miglior utilizzo di colori, luci e messaggi in modo da risultare coerenti e originali per valorizzare i prodotti come se fossero su un palcoscenico. L'armonia si ottiene avendo ben chiaro l'obiettivo che si intende raggiungere e un sapiente equilibrio fra i diversi elementi che concorrono a rappresentare l'idea, il pensiero e l'atmosfera che si vogliono ottenere.

Per quanto riguarda la visuale che dalla vetrina affaccia all'interno del punto vendita, in generale questa impostazione risulta utile quando la vetrina risulta vicino all'ingresso del negozio, poiché la vetrina anticipa ciò che si potrà poi trovare all'interno. In questi casi, occorre lavorare strategicamente sulla coerenza complessiva, che sarà ovviamente sempre influenzata anche dalla cromia specifica della sta-

gione in corso, cercando soluzioni esteticamente piacevoli e originali anche tramite un uso accorto dell'illuminazione. Se poi si dispone di più vetrine, si potrà lavorare a tema, presentando singole categorie di prodotto. Nel caso di una catena, bisognerà valutare anche il tema della replicabilità e dei relativi costi spalmati sui vari punti vendita”.

LE INSEGNE

Spesso, nel caso di showroom multimarca, si assiste a messaggi poco chiari che non aiutano a capire la presenza dei brand e non sfruttano al meglio la presenza di quelli più importanti.

Le strategie per valorizzare i brand emergenti: essere chiari senza cannibalizzare o sovrastare gli altri. Come fare?

“Questo è un tema ricorrente e complesso e non c'è una regola precisa perché le scelte possono essere le più diverse, così come i contesti. Ci sono i negozi diretti di chi produce e distribuisce. Oppure quelli in gestione agli imprenditori, i punti vendita multi-brand e altri che sono loro stessi brand importanti... insomma, le situazioni possono essere le più svariate e altrettante le soluzioni adottabili.

In ogni caso, può essere utile iniziare a creare delle gerarchie, per esempio basandosi sulla notorietà e l'affermazione dei vari brand a livello locale e territoriale e, in base a questo, decidere quale marca valorizzare per prima. Nella mia esperienza ho visto situazioni in cui ha prevalso il criterio dell'indipendenza e allora - facendo leva sulla propria autorevolezza - il conduttore dello showroom ha scelto di valorizzare sé stesso, facendosi poi carico di selezionare altri brand, rendendosi in questo modo garante. Qualche volta mi è capitato di vedere che, accanto all'insegna che riportava solo alcuni brand, gli altri erano citati tramite vetrofanie, totem o altro secondo degli accordi di priorità stabiliti con i vari partner.

Qualsiasi sia la scelta strategica, il messaggio dell'insegna ha il compito di rappresentarla al meglio, e quindi andrà studiata di volta in volta anche in funzione del posizionamento fisico e della conseguente visibilità, analizzando con attenzione tutti gli elementi per sfruttare tutte le opportunità che un'insegna offre a livello di dimensioni, caratteri e leggibilità.

In generale, le insegne si dividono in due grandi categorie che guidano le scelte. Quelle sopra la vetrina, leggibili dal passante che arriva a piedi. Una volta venivano concesse dai comuni anche le insegne a bandiera, che certamente garantivano maggiore visibilità, ma oggi questa opportunità non esiste più. E poi ci sono le insegne di grandi dimensioni, visibili dall'autostrada o da lontano e qui le riflessioni e le scelte relative alle dimensioni cambiano completamente. In entrambi i casi andranno valutati anche altri fattori quali le tasse e i diritti alle Pubbliche Amministrazioni che dipendono proprio dalle dimensioni dell'insegna”.

PIÙ DIALOGO CON LA CINA

Con l'apertura del nuovo showroom a Shanghai, Glas Italia compie un passo significativo nel suo percorso di espansione internazionale.

L'iniziativa rappresenta un chiaro segnale di interesse strategico verso la Cina, dove l'azienda dispone già di una solida rete distributiva

Frida Nobile,



Situato nel vivace Jing An district, il nuovissimo spazio di 150 m² inaugurato lo scorso mese di giugno offre una ricchezza cromatica unica, capace di suscitare svariate suggestioni visive. Il visitatore viene introdotto nel mondo di Glas Italia attraverso in un vero e proprio percorso tecnico-tematico e una sequenza di ambienti che alternano proposte recenti a pezzi iconici, arredi di gusto minimale ad altri dichiaratamente più decorativi, tutti disegnati dai più rinomati maestri del design contemporaneo. Lo showroom, oltre a porsi un vero e proprio hub per i professionisti di settore, intende rivolgersi anche al grande pubblico. Ed è questa doppia funzione che ha guidato la definizione e l'approntamento degli spazi e la selezione dei prodotti esposti. Ne abbiamo parlato con Alessandra Arosio, Presidente CDA di Glas Italia.

SPUNTI DI RIFLESSIONE

Perché abbiamo scelto di raccontare questa case-history?

1. Per la forte connotazione dello showroom dato dal materiale d'elezione, il vetro, che lo caratterizza lo spazio in modo peculiare e coerente all'identità del brand.
2. Per la valorizzazione delle molteplici soluzioni tecnologiche che lo showroom, anche per la sua configurazione, consente di proporre.
3. Per la doppia destinazione di coinvolgimento del target: sia professionale che del grande pubblico.





CHI È GLAS ITALIA

Fondata in Brianza all'inizio degli anni Settanta, Glas Italia produce mobili, porte, pareti divisorie e complementi d'arredo in cristallo. Lo studio e la progettazione del vetro si avvalgono delle più avanzate tecnologie, in grado di vincere le sfide che lavorazioni sempre più complesse comportano: incollaggi con tecniche UV, stampe digitali su grandi lastre, serigrafie, sagomature a getto d'acqua, incisioni a rilievo, sabbiature, tempera e stratifica con pellicole colorate, tessuti e reti metalliche. Grazie a queste competenze specifiche e a una costante ricerca formale ed estetica, l'azienda nell'ultimo decennio ha ampliato il proprio campo d'azione dall'arredo a quello della progettazione di interni, investendo nella creazione di una collezione di porte e pareti divisorie in grado di fornire spunti progettuali di elevata valenza decorativa.

La cifra stilistica del brand Glas Italia si esprime al meglio in questo spazio molto connotato e particolare. Ce lo può descrivere?

"I diversi ambienti sono stati creati grazie all'utilizzo di porte e partizioni per interni delle collezioni Aladin e Sherazade, progettate da Piero Lissoni. Si tratta di elementi che suscitano interesse soprattutto nei professionisti per la forte connotazione estetica, la scelta di materiali, colori e finiture dal gusto ricercato. Il passaggio da un ambiente all'altro - caratterizzato da una sensazione di leggerezza grazie alla predominanza del vetro - consente di apprezzare sia le soluzioni tecniche dei prodotti esposti, sia la loro prerogativa estetica, alternando elementi di estrema purezza formale affiancati a pezzi più decorativi".

Per quanto tempo lo showroom di Shanghai rimarrà nella configurazione attuale? Sono previsti aggiornamenti/modifiche dell'allestimento degli spazi e degli arredi?

"Quello di Shanghai è, a tutti gli effetti, uno showroom



aziendale e questo permetterà di rinnovare sia gli spazi che gli arredi. Prevediamo comunque un aggiornamento regolare affinché i nostri clienti e gli appassionati di design possano sempre trovare nuovi spunti e ispirazioni per i loro progetti.

Certamente una revisione parziale degli arredi verrà effettuata ogni anno subito dopo il Salone del Mobile di Milano, per presentare al pubblico cinese le novità del momento”.

C'è un format ricorrente che viene utilizzato nei diversi showroom Glas Italia?

“Esiste un format di massima accanto a una serie di linee guida derivanti dalla nostra identità aziendale.

Come per lo showroom di Shanghai, l'idea di base è sempre quella di un ambiente molto luminoso che esalti al massimo le potenzialità del vetro, uno spazio suddiviso e allo stesso tempo connesso dalle nostre porte e

partizioni consentendo così l'esposizione migliore delle nostre proposte d'arredo”.

Quanti sono gli showroom Glas Italia in Europa e nel mondo? E sono previste aperture imminenti di altri showroom? Oltre al nuovo showroom inaugurato a inizio giugno a Shanghai ce ne sono altri in Cina?

“Abbiamo recentemente aperto uno showroom a Mumbai in India, seguendo lo stesso concetto progettuale. Disponiamo altresì di altri spazi espositivi in collaborazione con alcuni nostri rivenditori sia in Europa che in altri paesi del mondo.

Per quanto riguarda la Cina, Shanghai è la città in cui si concentrano le maggiori attività legate al mondo del design e della progettazione: qui arriva la maggioranza dei nostri interlocutori provenienti anche da molti paesi asiatici. In altre città cinesi siamo comunque presenti con spazi dedicati all'interno di showroom multimarca”.

METTERCI LA FACCIA PAGA

Martina Strazzer, fondatrice di Amabile Jewels, ha trasformato la sua storia in un brand di successo grazie ai social. Il suo esempio mostra come anche settori tecnici, come quello dei serramenti, possano distinguersi raccontando il lavoro in modo autentico. Non è solo marketing, ma costruzione di fiducia e identità

Beatrice Cavalcante

Nel 2019, Martina Strazzer, allora ventidue anni, fonda Amabile Jewels partendo da un investimento di poche centinaia di euro e dalla sua cameretta.

Oggi l'azienda conta oltre quaranta dipendenti, distribuisce in sessantacinque Paesi e ha chiuso il 2024 con un fatturato superiore ai sei milioni di euro.

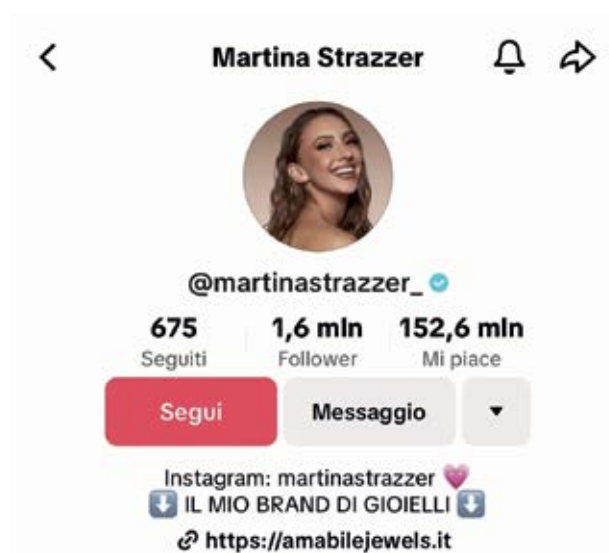
“Non avevo un euro per la pubblicità - racconta Martina - ma avevo uno smartphone, la mia storia e la voglia di metterci la faccia”.

La Gen-Z la segue, le prime vendite arrivano e in meno di dodici mesi il brand diventa un caso-studio internazionale.

METTERCI LA FACCIA: UNA STRATEGIA VINCENTE

I video di Martina su TikTok passano dall'ironia alla cronaca della vita d'impresa: lavorazioni, errori, imballaggi spediti a notte fonda, successi inaspettati. “Le persone non si innamorano di un algoritmo, ma dell'energia umana che vedono sullo schermo” spiega proprio nei suoi video. La trasparenza diventa leva di fiducia: Amabile Jewels non è solo gioielli, è il viaggio di una giovane imprenditrice.

Nel 2021 uno dei suoi behind the scenes supera i 15 milioni di visualizzazioni: in un week-end va sold-out l'intera collezione. “Ero sulla cresta dell'onda e dovevo cavalcarla al 100%” ricorda con un sorriso sempre nei suoi storytelling. La sua forza è stata quella di non nascondersi dietro al prodotto, ma di diventare il volto del brand, creando un rapporto diretto con chi la segue. Il suo modo di comunicare ha sostituito la pubblicità tradizionale, generando fiducia e senso di comunità.



Tutti i numeri di @MartinaStrazzer



Martina Strazzer,
fondatrice Amabile Jewels

DENTRO IL LABORATORIO: LA TECNICA CHE FA LA DIFFERENZA

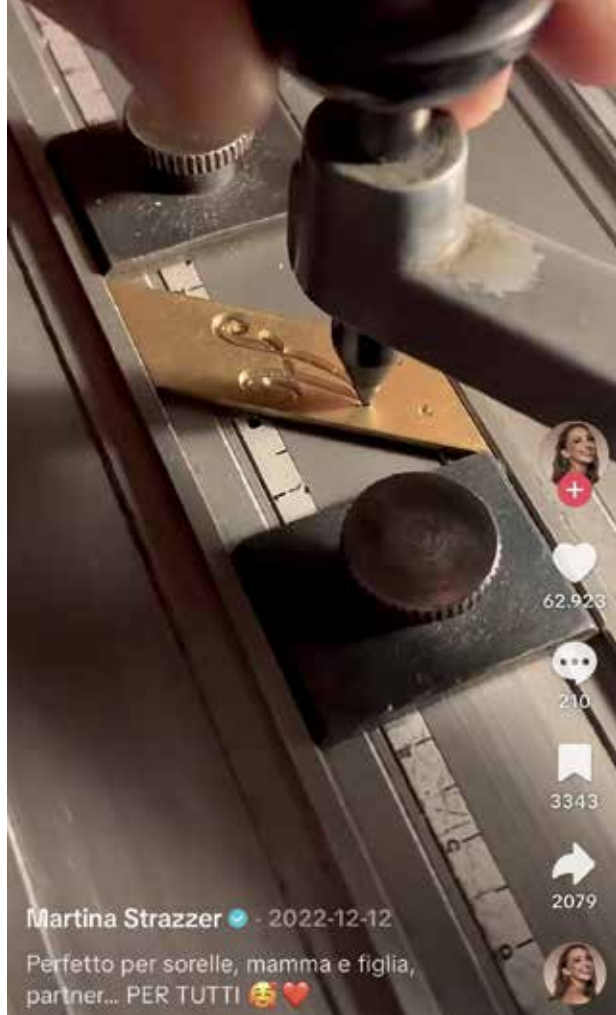
Dietro ogni gioiello firmato Amabile Jewels c'è una cura artigianale che richiama l'attenzione al dettaglio tipica dei mestieri tecnici. La scelta delle leghe, le finiture, l'incastonatura delle pietre, il controllo qualità: ogni fase è frutto di competenza, precisione e passione. Questo approccio può ispirare anche i professionisti dei serramenti, dove altrettanta attenzione va posta su materiali, tagli, montaggi e isolamento termico-acustico. Così come nel gioiello una saldatura invisibile o una lucidatura perfetta fanno la differenza tra un oggetto comune e uno di valore, anche nel serramento un nodo ben realizzato, una posa a regola d'arte o un dettaglio costruttivo curato trasformano il lavoro in eccellenza. Raccontare questi aspetti tecnici non significa solo "mostrare come si fa", ma valorizzare la competenza nascosta, rendendo visibile ciò che normalmente resta dietro le quinte.

PERCHÉ IL SUO ESEMPIO PUÒ ISPIRARE I SERRAMENTISTI

Il mondo dei serramenti, come quello del gioiello artigianale, è fatto di dettagli tecnici, lavorazioni precise, scelte su misura. Eppure, troppo spesso resta invisibile al grande pubblico, percepito come "solo un altro lavoro edile". L'esempio di Martina dimostra che raccontare il proprio lavoro in prima persona può fare la differenza. Anche un infisso, una posa in opera o una consulenza tecnica possono diventare contenuti virali, se spiegati con chiarezza e passione. Mostrare come si lavora, far vedere la qualità dei materiali, raccontare i retroscena di un cantiere: tutto questo può avvicinare il cliente e distinguere un professionista dagli altri. Non si tratta solo di marketing, ma di creare un'identità riconoscibile, autentica, umana.

OLTRE IL PRODOTTO: COMUNICARE VALORE

Essere presenti sui social non significa limitarsi a pubblicare offerte, ma comunicare valore. Significa diventare fonte autorevole su comfort abitativo, efficienza energetica e design. Un serramentista può sfruttare TikTok o Instagram non per vendere direttamente, ma per costruire fiducia, rispondere a domande frequenti, spiegare il perché delle proprie scelte. Martina Strazzer lo ha fatto con i suoi gioielli, ma la stessa logica vale per chi lavora nel mondo dell'edilizia o della progettazione. Parlare della propria esperienza, dei propri errori e dei propri successi crea empatia. E oggi, la fiducia vale più di una brochure.



soluzioni innovative
per l'involucro edilizio



**MADE
EXPO**

19_22 Nov 2025
fieramilano Rho

vi aspettiamo al

Padiglione 3 - Stand E21/F26

STARK... DESIGN E SICUREZZA



FOX

ECODESIGN

La finestra che rispetta
te e il mondo in cui vivi.

**Infiniti colori, resistente nel tempo.
100% riciclata, 100% riciclabile.**

 **ISOLCASA**
la finestra.



isolcasa.it

f   