



**COLFERT**

# window

**1**

anno I  
gennaio/aprile  
2008





SIEGENIA-AUBI e KFV ora insieme per Voi.

Dalla ferramenta per serramenti alle serrature per porte interne, d'ingresso e portoncini:  
una vasta gamma di prodotti innovativi con l'impronta di un fornitore unico.  
I vantaggi della fusione di due realtà di successo ricche di tradizione orientate al futuro.

**SIEGENIA-AUBI SRL - tel. 02 9353601 - [www.siegenia-aubi.com](http://www.siegenia-aubi.com)**

**SIEGENIA AUBI**<sup>®</sup>  
SOLUTIONS INSIDE

**KFV**  The Protection  
Company



gennaio  
aprile 2008

# Sommario



6

14

## COLFERT window 1

Direzione e Redazione  
**Colfert spa**  
Via dei Mille 32,  
31020 Frescada di Preganziol (TV)  
Tel 0422 498711  
Fax 0422 498725  
colfert@colfert.com

Direttore Responsabile  
**Federica Marchesich**

Direttore Editoriale  
**Mirco Zanato**

Redattore Responsabile  
**Viviana Surian**

Comitato di Redazione  
**Studio Paronetto, Daniele Zanato,  
Ornella Nicoletto, Nicola Facchinato**

Hanno collaborato  
**Net Prime, Esposito Consulting**

Impaginazione  
**Giovanni Amato**

Grafica  
**Bolognino Comunicazione**

Stampa  
**Tipolitografia CTO srl**

Iscrizione al Tribunale di Vicenza N. 1174 del 07.04.2008

Gli articoli firmati riportano l'opinione degli stessi autori senza che questa sia necessariamente condivisa dalla Direzione della testata.  
La Direzione, inoltre, non si assume responsabilità per le informazioni contenute nei testi pubblicitari e redazionali. Ogni autore è pienamente responsabile di quanto pubblicato.  
È vietata la riproduzione anche parziale senza autorizzazione dell'Editore.

- saluti**  
5 di Mirco e Daniele Zanato
- sotto i riflettori**  
6 **Sul palcoscenico di Milano è di scena l'edilizia**  
di Viviana Surian
- 14 **Clima di cambiamento nell'edilizia italiana**  
di Viviana Surian
- punto di vista di... PBA**  
12 **EN 1906: la nuova certificazione europea  
per le maniglie**
- fiere**  
19 **SAIE SPRING:  
un nuovo evento con una grande storia**  
di Viviana Surian
- test**  
21 **Da oggi prove acustiche anche su porte-finestre**  
di Viviana Surian
- appuntamento**  
22 **COLFERT sponsor di Futurlegno**  
di Viviana Surian
- laboratorio**  
23 **Ascolta e Venderai!  
Saper Vendere le Qualità del Serramento**  
di Patrizia Esposito
- marcatatura**  
25 **La via più facile**  
di Nicola Facchinato
- sociale**  
26 **Solidarietà su 2 ruote:  
donati € 6.000 ad Arep grazie a voi**  
di Viviana Surian
- certificazioni**  
29 **Il Gruppo Bureau Veritas. Chi è, cosa fa.**  
di Ornella Nicoletto
- grandangolo**  
30 **Il coraggio di cambiare**  
di Mario Paronetto
- informatica e aziende**  
32 **Applicazioni Web:  
come gestire i fornitori con successo**  
a cura di Net Prime
- 
- RUBRICHE**  
34 **Vetrina delle novità**  
a cura di Daniele Zanato

# Gira

Jasper Morrison



di Mirco  
e Daniele  
Zanato

## L'editoriale



# Incontriamoci sul magazine per parlarci tutto l'anno

*COLFERTwindow è la naturale evoluzione di uno strumento apprezzato, COLFERTnews, attraverso il quale in questi anni siamo riusciti a trasmettere valori, professionalità e conoscenze tecniche dei prodotti direttamente presso laboratori e uffici*

Gentili lettori, riprendiamo il dialogo con voi attraverso la nuova veste di COLFERTwindow, che rappresenta la naturale evoluzione di uno strumento apprezzato, COLFERTnews, attraverso il quale in questi anni siamo riusciti a trasmettere valori, professionalità e conoscenze tecniche dei prodotti direttamente presso laboratori e uffici.

Un compito che è significato per noi porre attenzione al mercato e di conseguenza crescere: una parola che ben si coniuga con COLFERTwindow e, in un momento come l'attuale, costituisce una vera e propria sfida.

Il mondo del serramento è in costante ascesa, soprattutto in termini di qualità.

Il peso del fattore "prezzo" è stato fortemente ridimensionato, e oggi tutti siamo concentrati nell'organizzare la produzione e ottenere le certificazioni obbligatorie: una strada irta di difficoltà

ma al contempo fonte di stimoli e di obiettivi conseguibili solo perseguendo professionalità, qualità e innovazione, necessari affinché le aziende continuino ad investire.

La corsa al prezzo e ai pagamenti lunghi ha dimostrato in modo palese di portare le aziende alla deriva, cedere a dilazioni temporalmente non sostenibili per lo più con margini ridotti significa perdere la bussola rimanendo in balia di una corrente che finirà per portare l'azienda al declino.

Investire soprattutto nel know how e sulla formazione del personale, rendere i servizi altamente competitivi per poter così vendere al giusto prezzo e comunicare l'innovazione in modo efficace: questi sono gli strumenti principe attraverso i quali l'azienda può aspirare a crescere, soprattutto in una fase importante come quella che sta vivendo attualmente l'economia.

I nostri clienti perseguono da sempre questa strada e noi desideriamo affiancarli quotidianamente con servizi che li aiutino sempre più nella sfida al mercato.

In questo momento più che in altri, infatti, servono fiducia e investimenti; ora più che mai la positività non può mancare e a tal proposito ci sembra opportuno citare la frase di un maestro a noi caro: "Un genio con un atteggiamento errato coltiva il fallimento, mentre un uomo qualunque con un atteggiamento positivo può solo coltivare il successo".

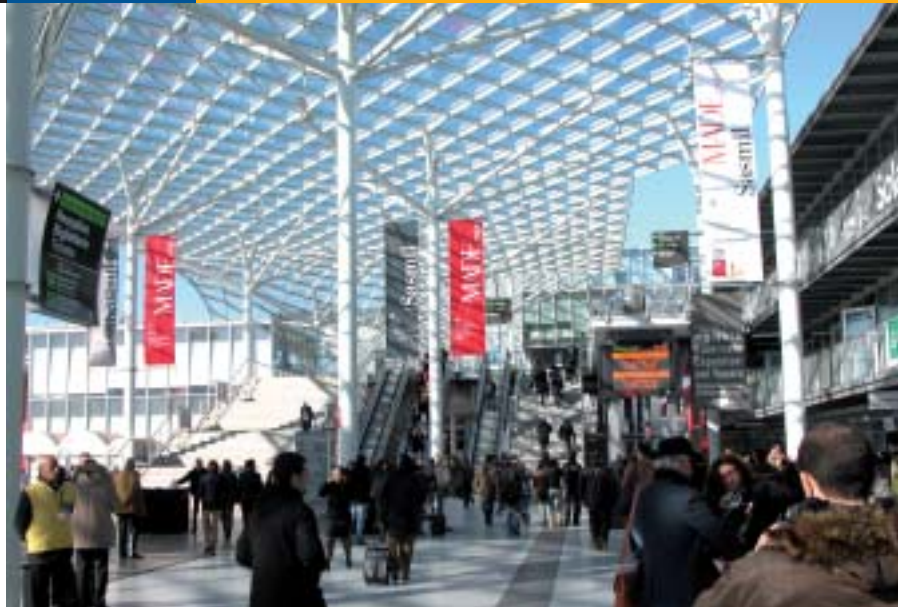
Stiamo organizzando il **nuovo viaggio incentive** per i nostri clienti più affezionati e come sempre non vogliamo lasciare nulla al caso. A breve i nostri agenti vi comunicheranno la nuova meta che nel 2009 farà da sfondo alle liete giornate che trascorreremo insieme, in pieno relax, immersi in una meravigliosa cornice, unica per attrazioni turistiche e culturali, che Colfert vi svelerà presto...



di Viviana  
Surian

# sotto i riflettori

*Il successo di pubblico consacra MADE expo come la più grande kermesse italiana dell'edilizia e del design*



## Sul palcoscenico di Milano è di scena l'edilizia

Ha confermato ampiamente le aspettative di grande kermesse internazionale, attestandosi come un'importante occasione per presentare tutti i prodotti più innovativi del sistema delle costruzioni, con 1.914 espositori (1625 le aziende italiane) che hanno avuto l'opportunità di affacciarsi a un mercato internazionale, presentando così il meglio della filiera edile italiana attraverso un'area di 100.000 metri quadrati allestiti: uno sforzo premiato dai **170.779 visitatori**, di cui **154.754 italiani** e **16.025 stranieri**, presenti nelle cinque giornate della prima edizione di MADE expo, che si è chiusa sabato 9 febbraio a Milano.

*Superate le aspettative per il debutto della manifestazione, di nuovo in corsa per l'edizione 2009*

Il top dell'edilizia si è presentato a MADE expo e ha proposto un'offerta globale del settore, dal progetto alla costruzione, dai servizi alle soluzioni tecnologiche passando per i materiali e le finiture, pur mantenendo le specificità dei singoli comparti, e subito ha incontrato il favore del mercato composto da progettisti e operatori specializzati. MADE expo, principale appuntamento espositivo italiano ed internazionale dedicato all'edilizia e all'architettura, si è svolta dal 5 al 9 febbraio 2008 nel modernissimo quartiere di Fiera Milano-Rho, sostituendo di fatto l'appuntamento tradizionalmente costituito dal SAIEDUE di Bologna, sebbene quest'ultima abbia deciso di ospitare a marzo il nuovo salone SAIESPRING, focalizzato sul tema del serramento.

"Al di là delle più rosee aspettative – ha commentato Roberto Snaidero, presidente di Federlegno-Arredo - il test di questo primo appuntamento espositivo è stato ampiamente superato. Si aprono così interessanti prospettive di sviluppo per le prossime edizioni di MADE expo, imponendoci di pensare da subito a strategie

di consolidamento e ulteriore sviluppo internazionale della manifestazione per il 2009. Federlegno-Arredo va così a rafforzare, attraverso MADE expo, la strategia di internazionalizzazione anche per associazioni come Edilegno, Assolegno e Assopannelli completando l'impegno della Federazione per tutta la filiera."

L'importante afflusso di visitatori ha dunque premiato l'intensa attività di comunicazione svolta da MADE eventi, che ha inviato un prospetto informativo dell'evento a oltre 400.000 imprese, progettisti e operatori professionali italiani, da aggiungere ai circa 60.000 nominativi internazionali già contattati, senza dimenticare l'impatto della consistente campagna promozionale televisiva e radiofonica di supporto al direct marketing.

Seguiti con grande interesse e partecipazione i convegni, gli incontri e i momenti di approfondimento, che hanno contraddistinto MADE expo come una rassegna di riferimento in materia di architettura ed edilizia, ma anche un evento culturale e uno spazio forum per il dibattito sul ruolo dell'architettura e sulle soluzio-



ni tecniche di applicazione dei diversi sistemi di costruzione.

Il ricco programma di convegni si è aperto nella mattinata di martedì 5 febbraio con "Build&Grow", dedicato ai temi dell'innovazione nell'architettura e della sostenibilità nell'edilizia ed articolatosi in due giornate di workshop tematici, con il coinvolgimento di autorità nazionali e locali, amministratori e protagonisti dell'architettura contemporanea, durante le quali sono stati posti a confronto progetti, proposte e future opportunità nel mondo dell'innovazione e della sostenibilità edilizia. Ampio spazio all'innovazione della scala nell'architettura, con approfondimenti su materiali, componenti e scelte del progetto con il workshop "Building architecture", tenutosi nel pomeriggio del 5 febbraio, mentre "Growing the City" ha sviscerato il tema della sostenibilità del progetto in rapporto alla scala urbana.

Ma le numerose iniziative all'interno di MADE expo (circa 100 gli incontri orga-

nizzati per tutta la durata della fiera dalle associazioni di categoria, università e centri di ricerca) hanno riguardato soprattutto la delicata materia della marcatura CE, degli aggiornamenti in termini di normative e sanzioni e dell'attualissimo tema del risparmio energetico, che proprio negli stessi giorni è stato protagonista dei titoli dei media con l'adozione del patentino energetico degli edifici residenziali in Lombardia e con la concomitanza, nella giornata del 15 febbraio, della 4° edizione dell'iniziativa "M'illumino di meno", che mira a educare privati, aziende ed istituzioni ad una maggiore sensibilità nei confronti dell'attuale delicata situazione energetico/climatica.

La mostra-percorso "Skin, Superfici d'architettura", collaterale alla manifestazione, ha costituito un atelier d'eccezione per la presentazione delle ultime realizzazioni firmate dai più illustri architetti in quattordici diverse aree metropolitane, ha potuto contare sull'adesione di nomi

prestigiosi quali, per l'Italia, Massimiliano Fuksas e Mario Cucinella; per la Francia Dominique Perrault; per il Giappone Kengo Kuma; per la Russia Eugeny Asse; per il Messico Fernando Lopez Carmona; per l'India Hafeez Contractor e per il Sud Africa Mphethi Morojele: alle opere di ciascun architetto era riservato un pannello bifacciale alto 4 m, pensato per raggruppare le foto delle opere e la biografia dello stesso in inglese.

La creazione dei percorsi tematici fortemente strutturati attraverso i 18 padiglioni coinvolti ha permesso agli addetti ai lavori di visitare la fiera con fluidità, selezionando solo i padiglioni interessanti per il proprio settore professionale.

Nel complesso un ottimo risultato di pubblico e soddisfazione per gli espositori, anche se con un piccolo suggerimento, che ha serpeggiato in modo generalizzato tra espositori e visitatori: apportare qualche miglioramento circa l'omogeneità merceologica all'interno dei padiglioni.

## Le impressioni di Sante Mura, titolare di MURA INFISSI srl

"I dati sono eloquenti: più di 200 nominativi lasciati liberamente dai visitatori italiani ed esteri costituiti da aziende del nostro stesso settore, progettisti, imprenditori.

Nella prima settimana un decimo di questi hanno inviato le loro richieste a cui abbiamo risposto in ordine a preventivi, documentazione e accordi bilaterali di collaborazione.

Tutto questo ci sembra molto positivo. Il fulcro della nostra partecipazione al MADE è stato la presentazione al mercato della nostra finestra "Giuditta", che pur rappresentando un prodotto di nicchia stante il costo naturalmente superiore nelle piccole e medie dimensioni, sempre di più riesce a far recepire i vantaggi offerti dal suo sistema unico al mondo, soprattutto per quanto concerne soluzioni di qualità e fori dai 2 mq ai 3.5 mq. L'evoluzione che Giuditta porta nel campo delle finestre è un'au-

tentica rivoluzione poiché semplifica lo stile di vita delle persone (fissa ventilata, casa sana in sicurezza senza spalancare e chiudere).

L'uso alternato estate/inverno anche nelle finestre equivale ad ulteriore risparmio energetico senza aggravio di spesa; l'aver eliminato gli spigoli ed angoli vivi, in abbinata all'antischiacciamento delle dita, elimina possibili incidenti domestici e semplifica il CE: tutti questi pregi sono i punti di forza che garantiscono una sempre maggior attenzione verso questa finestra."



## Image what you can do

### ASTEC al MADE expo di Milano con una prospettiva inedita

Astec srl, dinamica azienda di Dosson di Casier (Treviso) produttrice di serramenti ed opere speciali in bronzo, dal 5 al 9 febbraio scorso ha partecipato al MADE expo di Milano con uno stand inedito, dalla "prospettiva rovesciata".

"Image what you can do" è il claim con cui Astec, che ha appena rinnovato il proprio sito internet, vuole comunicare l'immagine di un'azienda versatile, che unisce la tipicità dell'artigianato all'efficienza dell'industria e con la quale è possibile mettere in pratica ciò che si immagina. Per trasmettere il messaggio ha progettato uno stand insolito, dal forte impatto visivo.

«Abbiamo realizzato le pareti con un tappeto erboso cosparso di margherite, - spiega Luigino Gobbo, amministratore unico Astec - mentre per pavimento abbiamo utilizzato l'immagine tridimensionale di uno dei nostri lavori più prestigiosi: il 25 Bond Street, complesso residenziale e commerciale di New York, che sorge nell'esclusivo quartiere di NoHo a Manhattan. Per questo intervento abbiamo realizzato i nostri rivestimenti in lega di rame ed oltre 80 serramenti scorrevoli complanari in ABX® Archi-

tectural Bronze, un sistema innovativo per la lavorazione di profili e finestre a forte spessore in lega di rame a giunto aperto». Collaborazione, forza di squadra, integrazione dei vari processi produttivi, sono gli ingredienti del successo internazionale di Astec, che da 25 anni lavora in partnership con progettisti ed architetti di fama.

Buona è stata la partecipazione di professionisti e operatori del settore all'evento; riconosciuto il capoluogo lombardo quale polo di scambi anche internazionali, è stata invece deludente l'affluenza del pubblico estero.

[www.astec.it](http://www.astec.it)



## Serramenti FIBEXinside: isolamento eccezionale

Con l'occasione del MADE expo Agostinigroup ha riaffermato la sua capacità innovativa presentando nuovi prodotti sia per Archimede (finestre in alluminio-legno), sia per Soteco (finestre in PVC), sia per Agos (avvolgibili).

Per quanto riguarda Archimede, Agostinigroup ha presentato il completamento della gamma FibexInside con l'introduzione di ante a scomparsa, degli scorrevoli in linea ed alzanti e dell'esclusivo rivestimento in Bronzo e Acciaio.

I serramenti FibexInside, disponendo di uniche e sorprendenti caratteristiche tecniche hanno riscontrato grande successo e curiosità nel pubblico fieristico milanese, grazie all'eccezionale isolamento termico ( $U_f = 1.5 \text{ w/m}^2\text{K}$ ), ai minimi ingombri (un incremento del 10% di superficie vetrata del serramento) e alla massima flessibilità progettuale.

Il nuovo sistema di finestre Fibexinside serie 500 rappresenta una proposta certamente innovativa: utilizza infatti un corpo centrale in Fibex, materiale in grado di assicurare prestazioni meccaniche e termiche particolarmente elevate, una copertura interna in legno personalizzabile nell'essenza e nella finitura ed infine un rivestimento esterno in alluminio, bronzo e acciaio garantendo al cliente un prodotto valido ed incomparabile.

La commessa da poco acquisita delle torri di Jesolo dimostra

la capacità di questo sistema di adattarsi alle esigenze più estreme del mercato e dare risposte concrete alle richieste di prestazioni.

Per quanto riguarda Soteco, leader nei serramenti in PVC, è stata presentata l'esclusiva serie Streamline (76 mm, 5 camere) nella realistica finitura Noce Canaletto, pienamente approvata dai visitatori. Agos, infine, storico protagonista nel settore degli avvolgibili, ha esibito in anteprima un avvolgibile in PVC coestruso ideale per i colori scuri; la particolare miscela e processo produttivo assicurano infatti stabilità dimensionale, isolamento termico e maggior tenuta del colore.





## IMPRONTA al MADEexpo

Realtà nata alla fine degli anni '90, Impronta ha sempre posto al centro della produzione il cliente e la sua piena soddisfazione attraverso una visione dell'azienda come insieme di processi tra loro in stretta relazione e finalizzati a fornire prodotti che rispondano in modo costante ai requisiti fissati, perseguendo il continuo miglioramento delle prestazioni.

La dott.ssa Sara Bortoletto, responsabile marketing, ha tracciato un quadro della partecipazione a MADE expo.

“In merito alla nostra partecipazione al MADEexpo possiamo dire di ritenerci soddisfatti sia dall'ente fiera che dai riscontri in termini di visite e attenzione ai nostri prodotti.

Notevole l'afflusso dei professionisti, amanti dell'estetica, ma che osservano con occhio tecnico; hanno apprezzato lo sforzo



fatto del nostro saper proporre sia soluzioni tecnologicamente innovative che la nostra capacità di operare un continuo restyling dei nostri prodotti.

Buona anche l'affluenza dei rivenditori, nostro principale target di riferimento per l'esposizione e vendita dei nostri serramenti.

Dato di maggior interesse è stata la presenza di molti protagonisti stranieri, sia professionisti che rivenditori. Da una prima analisi non definitiva dei contatti raccolti possiamo dire che, in termini percentuali, la presenza dell'estero rispetto al totale contatti è stata del 30%: un dato più che significativo, se si considera che Impronta è in continua espansione commerciale a livello internazionale nei mercati dell'Unione Europea, della Federazione Russa, degli Stati appartenenti all'ex U.R.S.S. nonché in Oriente e nelle due Americhe, mercati che diventeranno trainanti per il prossimo futuro.

Ora però il lavoro è solo all'inizio e il concreto successo del MADEexpo sarà dettato in termini di contatti effettivi e di risultati!”



## La proposta di FABBIO DESIGN

Fabbio Design s.r.l., oltre alla linea Epoca che comprende le finestre denominate '600, '700, '800, '900, propone ora una nuova linea di serramenti di ricerca design, denominate Futura ed Extremauno, tutti prodotti certificati in laboratorio, anche per le prestazioni di trasmittanza termica.

La parola al responsabile commerciale di Fabbio Design: “Abbiamo notato un'elevata partecipazione di pubblico al MADE expo e un buon afflusso di visitatori presso il nostro stand;

forte la presenza di rivenditori e produttori di infissi del centro-sud e di professionisti di Milano e provincia.

Il ritorno nel breve periodo è stato soddisfacente, in quanto ci sono già state diverse richieste di preventivo, anche se per misurare i risultati e concretizzare gli sforzi bisognerà attendere ancora un po' di tempo. Una cosa che ci è saltata subito all'occhio comunque è stata, per il nostro settore, la scarsa affluenza del visitatore straniero”.



## AUDASSO, 50 anni ma non li dimostra



Dobbiamo ammetterlo, ci eravamo preparati ad uno stand fortemente celebrativo per i 50 anni di Audasso, ricco di sorprese e di novità, promesso dall'azienda torinese nei mesi di preparazione all'evento; abbiamo immaginato a lungo uno spazio espositivo che celebrasse l'innovazione e la cura del dettaglio nello stile proprio di una realtà aziendale che festeggia il suo cinquantesimo anniversario. Ma ciò che abbiamo visto e vissuto, uno spazio che si è rivelato al contempo un'esperienza di intrattenimento ed uno show room di nuove linee dal design minimal e dall'inconfutabile raffinatezza dei dettagli, ha superato ampiamente la nostra immaginazione.

L'entusiasmo trasmesso attraverso la campagna studiata per i cinquant'anni rivela l'intatta freschezza dell'azienda: l'età che avanza, da sempre vissuta come segno di esperienza, è stata associata alla giovane età dei suoi soggetti, scegliendo i bambini come portavoce dei valori dell'azienda: la vivacità, la gioia, la voglia di continuare a crescere ed imparare, le idee sempre giovani e moderne, l'attenzione ai dettagli e la cura di un tempo abbinati alle nuove tendenze, l'apertura al mondo ormai grande e senza barriere.

E l'appeal dello spazio espositivo creato al MADE, un parco giochi/stand, il cui contesto creativo completa idealmente il concept della campagna, è stato irresistibile: tra i molti stand del padiglione, dalle linee geometriche, luci soffuse, strutture imponenti, quello di Audasso ha esercitato sul pubblico un'attrazione irresistibile, con il prato riposante, l'area ricreativa rac-

chiusa come in uno scrigno dai ben 6 nuovi modelli che l'azienda ha presentato in fiera in prima assoluta.

Le porte esprimono la propria personalità attraverso idee e forme animate da uno spirito minimal, arricchite da nuovi dettagli, tutti da scoprire come in un gioco attraversando il labirinto di finiture e materiali al centro dello spazio ludico - espositivo, in un carosello di colori e percezioni. Così ci sono apparse le nuove linee realizzate per il compleanno di Audasso, il cui carattere giovane e brillante non è stato per nulla scalfito dalle cinquanta candeline, che gli conferiscono invece personalità forte e propositiva.

### Le novità svelate da Audasso in occasione di MADE expo

**RESET:** azzerrare gli spessori fondendosi con la parete, grazie al montaggio a filo muro. Il legno e l'alluminio, materiali naturali e primari, conferiscono a questa porta a battente un design minimal, pulito ed elegante.

**POKER:** cerniere a scomparsa, complanarità con la parete dei telai in due colori e l'opzione di verniciatura a lucido diretto impreziosiscono e si sposano con ambienti curati, ricchi di stile, con un'eleganza senza tempo.

**MEDLEY:** un gioiello laccato in oltre 300 tonalità in cui incastonare particolari in vetro, murrine o formelle color oro e platino, con riflessi di luci e colori che vivacizzano l'ambiente.

**LUCY:** l'emblema della luminosità. Una porta a vetro disponibile sia a battente che scorrevole, con un'ampia varietà di scelta tra tipi di vetro ed inserti (bianco o colorato, sabbato o con murrine).

**FREE:** essenziale e raffinata, Free è una porta cieca che può essere laccata in oltre 300 colori e personalizzabile, attraverso decori geometrici, in migliaia di combinazioni diverse!

**CONNECTION:** unisce materiali diversi come legno, alluminio e vetro, con dimensioni e posizionamento dei materiali totalmente personalizzabili secondo il proprio gusto.

### Il punto di vista di Marco Audasso



*"Abbiamo deciso di partecipare alla prima edizione del MADE dopo diversi anni di assenza dalla principale fiera di settore perchè crediamo in un format fieristico più moderno e rivolto all'internazionalizzazione: aspetti coerenti con il messaggio che Audasso vuole promuovere in occasione del 50° compleanno, attraverso lo slogan "L'esperienza rende giovani". Infatti, non intendiamo accontentarci di quanto già di grande hanno fatto i nostri genitori e nonni, ma noi della terza generazione vogliamo continuare a crescere, sviluppandoci sui mercati esteri, continuando a realizzare prodotti di qualità e design, per una clientela sempre più esigente ed educata alla bellezza.*

*Le risposte positive iniziano ad arrivare, attraverso i consensi e gli ordinativi dei nostri clienti che hanno apprezzato i nuovi modelli, presentati in fiera, il nuovo catalogo generale e, non ultimo, uno stand che molti hanno apprezzato per l'originalità."*

## SIEGENIA AUBI: uno stand titanico

Bianco e azzurro, con tanto giallo a illuminare l'orizzonte: questo il colorato panorama che ha rischiarato lo stand di Siegenia Aubi e Colfert, durante le cinque giornate di MADE expo.

Uno spazio caratterizzato dalla simpatia e dall'accoglienza calorosa delle rappresentanze milanesi, con i volti che hanno saputo organizzare e gestire in modo capace la partecipazione a questa prima edizione della grande kermesse lombarda dell'edilizia.

Molto apprezzati i momenti di relax allietati da una tipica cucina tirolese, ma grande attenzione soprattutto alle occasioni di confronto e allo spazio dedicato alle più importanti novità del settore ferramenta, che ha visto come elemento principe di questa edizione il sistema TITAN iP, la vera rivoluzione dell'anta ribalta firmata Siegenia.

Primo nel mercato a permettere il montaggio a spezzoni singoli di anta e telaio, sinonimo di economicità, in termini di tempo e conseguentemente di denaro, TITAN iP è studiato nel design per offrire un comfort d'uso che lo rende un prodotto d'eccellenza per l'uso quotidiano.

Comfort determinato in primo luogo da un elemento essenziale costituito dal nottolino girevole:

questa innovazione permette al serramentista di conseguire molti vantaggi, primi tra tutti l'assenza di usura grazie al nucleo in acciaio e al rivestimento in pvc e la registrazione guidata dell'anta, nonché la maneggevolezza finale

della stessa.

La possibilità di scegliere liberamente il grado di automazione garantisce una produzione più economica senza che siano necessari elevati costi d'investimento, mentre dal punto di vista della funzionalità il TITAN iP vince grazie alla sua versatilità: è adatto sia per tutti i diversi tipi di materiali per profilati, sia per l'applicazione in tutte le diverse forme di finestre e tipologie di apertura.

Una nota particolarmente apprezzata da tutti i visitatori è stata la possibilità di determinare liberamente il grado di automazione, che permette di integrare montaggio della ferramenta TITAN iP nella produzione in modo assolutamente flessibile, sia in produzioni manuali sia parzialmente o completamente automatizzati. In questo modo è possibile ottimizzare la produzione di finestre in base alle proprie esigenze, indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda, permettendo l'eliminazione dei tempi morti, riducendo i tempi di ciclo fino al 40%.

Oltre ai momenti tecnico - formativi non sono mancati all'interno dello stand il divertimento e le emozioni "forti", grazie all'idea del Concorso Gratta e Vinci che ha premiato, nel corso della manifestazione, ben 10 clienti Siegenia con l'assegnazione di altrettanti iPod; nei giorni scorsi inoltre si è svolta l'estrazione finale con l'assegnazione di un super iPod da 8 Gb, che ha premiato la fedeltà di un fortunato tra coloro che non hanno vinto in fiera!







## EN 1906: la nuova certificazione europea per le maniglie

La norma Europea EN 1906 stabilisce requisiti e metodi di prova per la misurazione della **performance di maniglie** attraverso una serie di test che possono essere effettuati anche dalle singole aziende produttrici, a patto che costruiscano una specifica apparecchiatura di prova prevista dalla normativa stessa. In Italia è stata recepita nel 2003 ma nel mercato è praticamente sconosciuta, anche se è estremamente importante in quanto permette di classificare "la qualità" delle maniglie mediante dei test e delle prove stabilite dal CEN - Comitato Europeo di Normazione.

La norma stabilisce **8 criteri di classificazione** e prevede che per ogni prodotto venga determinato **il grado di prestazione ottenuto**:

CRITERI DI CLASSIFICAZIONE	GRADO
1  Categoria d'uso	1-4
2  Durabilità del meccanismo	6 (100.000 cicli) 7 (200.000 cicli)
3  Massa della porta	-
4  Resistenza al fuoco	0-1
5  Sicurezza	0-1
6  Resistenza alla corrosione in conformità alla DIN 1670-1998	0-4
7  Sicurezza - resistenza all'intrusione (requisiti per serrature di sicurezza)	0-4
8  Tipo di azionamento	A - B - U

Questa certificazione diventa un importante strumento per i professionisti del settore per identificare gli standard qualitativi ricercati nella scelta delle maniglie. La prescrizione di accessori che garantiscono performance di alto livello può essere infatti rispettata specificando la preferenza per prodotti certificati secondo la norma EN 1906.

La classificazione più importante è rappresentata dalla **Categoria d'uso** che prevede 11 test specifici per attribuire un valore da 1 a 4 alla maniglia.

I test devono essere fatti prima e dopo la prova di durabilità (quindi anche dopo i 200.000 cicli previsti dal grado 7 di durabilità).

In questo modo qualora dovessi specificare in un capitolato **Categoria d'uso: grado 4** sono certo di prescrivere il miglior prodotto tecnico oggi presente sul mercato, indipendentemente dal produt-

tore che lo fornisce.

Resta inteso che così facendo restringo in modo sensibile la cerchia di prodotti utilizzabili, in quanto potranno ottenere questa qualifica solo maniglie in possesso di determinate specifiche tecniche, prodotte da aziende in grado di effettuare e certificare i test sostenuti.

PBA, leader nella produzione di accessori per porte e finestre in ACCIAIO INOX AISI 316L, ha scelto di cogliere l'opportunità offerta dalla norma **EN 1906** per offrire al mercato un sistema di valutazione degli standard qualitativi e fornire agli operatori del settore un valido strumento di confronto.

PBA ha brevettato un sistema di fissaggio collo rosetta atto a raggiungere i gradi massimi in tutte le categorie previste dalla norma, di cui diamo alcuni esempi qui di seguito:

	Ø	ART.								
	20	Ø 202BT	4	7	-	0	1	4	-	B
	Ø	202BTICA	4	7	-	0	1	4	-	U
	20	Ø 202BT	4	7	-	0	1	4	-	B
	Ø	202BTICA	4	7	-	0	1	4	-	U
	20	Ø 202BT	4	7	-	0	1	4	-	B
	Ø	202BTICA	4	7	-	0	1	4	-	U

Test eseguiti presso PBA S.p.A.  
Via Enrico Fermi, 1  
36056 Tezze sul Brenta (VI)  
nel periodo Novembre 2006  
Settembre 2007.

Test eseguiti con fissaggio  
contrapposto su rosette tonde e viti  
metriche su rosette ovali.  
Disponibili a richiesta i verbali di  
collaudo delle singole maniglie.







di Viviana  
Surian

# sotto i riflettori



## Clima di cambiamento nell'edilizia italiana

### *Le nuove prospettive presentate al Klimahouse di Bolzano*



Circa 37.000 visitatori, il 26% provenienti dal Veneto, sono giunti da tutta la penisola nel quartiere fieristico di Bolzano che dal 17 al 20 gennaio ha ospitato KLIMAHOUSE, la più importante fiera specializzata dedicata all'efficienza energetica e all'edilizia sostenibile, che solo nei primi due giorni ha registrato 15.000 ingressi. Presenti 375 espositori tra aziende ed associazioni (un terzo delle quali proveniente dall'estero) che hanno puntato i riflettori su materiali innovativi, proposte tecniche di costruzione alternativa e suggerito pratiche soluzioni per risparmiare energia e migliorare la vivibilità delle nostre case, sia di nuova realizzazione che del patrimonio esistente. Grande soddisfazione da parte degli espositori, il 94% dei quali ha valutato "molto buona" la partecipazione e l'esito della manifestazione; in considerazione dell'elevata partecipazione da parte di progettisti, imprese, enti provenienti da tutte le regioni d'Italia, comprese quelle dell'Italia centrale e meridionale, il 23 e il 24 Ottobre 2008 verrà organizzata una

manifestazione gemella a Roma, chiamata appunto KLIMAHOUSE ROMA. Grande attenzione e successo di pubblico per i due convegni organizzati in seno alla manifestazione:

- Congresso internazionale "CasaClima" con il tema: Costruire il futuro con 1.200 partecipanti;
- Convegno ANIT: CASAKYOTO come riqualificare l'edilizia esistente con 350 partecipanti.

Sono state molto apprezzate anche le visite guidate delle ormai numerose "CaseClima" realizzate in Alto Adige, organizzate dall'Ente fiera di Bolzano.

Nell'ambito dell'importante manifestazione di Bolzano, Colfert ha incontrato il responsabile di Aerwind Italia, geom. Bruno Ciccoli, che ha fornito interessanti spunti di riflessione sull'impiego degli aeratori in edilizia, un mercato emergente ma di grande importanza per una "progettazione responsabile" degli ambienti, attraverso l'intervista di seguito riportata.



### *Qual è attualmente l'ampiezza del mercato sul quale Aerwind si affaccia?*

È opportuno specificare in via preliminare che, trattandosi di novità assolute, occorre dedicare molto tempo e lavorare sodo per dare informazioni attraverso fiere, convegni, contatti diretti, valutazioni tecnico/economiche, capitolati, ecc. Tuttavia, pur avendo iniziato solo da Gennaio 2007, dopo circa un anno abbiamo sottoposto offerte per oltre 1,5 milioni di Euro di offerte.

### *Ritiene che la formazione riesca a sensibilizzare il pubblico sul tema aeratori?*

Fino a poco tempo fa i media, che bombardano quotidianamente sul risparmio energetico e inquinamento ambientale, spingevano quasi esclusivamente solo verso alcuni specifici prodotti ad isolamento termico ed acustico, senza pensare agli accorgimenti più semplici. Sta tuttavia diventando sempre più agevole far capire che aerare aprendo le finestre è la causa di una maggiore dispersione di calore e maggiore inquinamen-

to proveniente dall'esterno: la soluzione è proprio aerare senza dover aprire le finestre (pur essendo liberi di aprirle a proprio piacimento), concetto del quale Aerwind si è fatta portavoce per prima in Italia.

Purtroppo l'hanno capito anche i nostri concorrenti che stanno diventando sempre più numerosi, alcuni presenti quest'anno anche a Bolzano, che si stanno avviando con strutture ben organizzate con le quali dobbiamo già fare i conti.

### *In che misura l'aspetto fiscale sta agevolando l'adozione in Italia degli aeratori?*

La finanziaria 2008 ha cancellato l'obbligo dell'attestato di certificazione energetica per accedere agli incentivi proprio nei casi di sostituzione dei vecchi serramenti con nuovi di adeguate caratteristiche tecnico



## Le dichiarazioni a caldo

### **Norbert Lantschner, Direttore agenzia Klimahouse**

“La fiera specializzata bolzanina è la conferma dell'enorme fabbisogno di informazioni nel settore dell'edilizia sostenibile. Progettisti, imprenditori e consumatori desiderano sapere come risparmiare energia ed imparare a sfruttare bene questa grande opportunità: una cosa è certa, ogni aumento del prezzo del petrolio accresce i costi dell'energia.

Klimahouse e il congresso “Costruire il futuro” che si è tenuto nel suo ambito rappresentano un significativo luogo d'incontro per tutto il settore.”



### **Ing. Sergio Mammi, Presidente ANIT**

“Rinnoviamo la convinzione dell'unicità della Fiera Klimahouse sul panorama italiano, come manifestazione fieristica altamente specializzata nel campo dell'efficienza energetica. Per questo, ANIT, come prima associazione italiana del settore per rappresentatività (oltre 1200 soci), considera fondamentale essere presente alla Fiera per testimoniare la propria attività e rappresentare se stessa e i propri associati.

Grazie alla proficua collaborazione con gli organizzatori della Fiera, ANIT ha potuto realizzare un'area espositiva di oltre 800 mq interamente dedicata all'isolamento termico e organizzare due convegni nelle giornate di giovedì e venerdì, registrando in totale circa 1000 progettisti. L'associazione rinnova il suo interesse a puntare l'attenzione sull'efficienza energetica in edilizia e all'importanza di rendere sempre più specializzate le manifestazioni fieristiche a venire. In particolare, nell'edizione 2008, abbiamo riscontrato nel pubblico una più alta preparazione rispetto alle due passate edizioni, sia sulle tematiche trattate, sia sulle tecnologie esposte anche grazie all'ingresso differenziato per gli operatori durante la settimana e per il grande pubblico durante il weekend. Riteniamo interessante l'eventuale prolungamento a 5 giorni del periodo espositivo, che potenzierebbe così il tempo dedicato agli operatori.”

# L'esperienza rende giovani.

proposte:



Tel. +39 011 470 17 77 [www.audasso.com](http://www.audasso.com)



Modello: Poker dis. 4

Cinque decadi di lavoro, artigianalità, modernità e stile. 50 anni di esperienza vissuti con uno spirito giovane, curioso, vivace. Costantemente incline al nuovo, ma nel pieno rispetto della tradizione. I primi 50 anni Audasso hanno il valore della maturità dell'adulto e la vivacità sorprendente dei primi passi di un bambino. Essere grandi, restando piccoli: il giusto equilibrio per potersi dire davvero vivi e produttivi.

AUDASSO



Happy Audasso to you.

**AUDASSO**  
tra uno spazio e l'altro



applicative. In presenza di serramenti già dotati di tali caratteristiche, dove non è necessaria la sostituzione, possono essere utilizzati aeratori applicabili su pareti perimetrali in modo facile e pulito, anch'essi defiscalizzabili poiché permettono un recupero di calore oltre al 50%.

Questi prodotti sono utilizzati da oltre 25 anni nei paesi del Nord Europa, dove le norme sul contenimento dei costi di esercizio relativi ai fabbricati sono in vigore da lungo tempo; ora anche in Italia sono sempre più numerosi i progettisti che li propongono e che chiedono interventi per stesure di capitolati e valutazioni tecnico/economiche.

#### *Quali tipologie di aeratori possono interessare maggiormente i progettisti italiani?*

Grazie alla climatologia che caratterizza il nostro Paese non sarebbe necessario utilizzare aeratori con recupero di calore, che è dato comunque dal fatto che l'aerazione può avvenire in modo controllato 24 ore su 24 e secondo le reali necessità, senza dover aprire le finestre. Una finestra aperta causa la mag-

giore dispersione termica, oltre a consentire l'entrata nell'ambiente abitativo agli inquinanti esterni.

Le soluzioni più semplici ed economiche prevedono l'immissione dei flussi d'aria dalle stanze nobili (soggiorno, camera da letto, studi ecc.) attraverso aeratori passivi, funzionanti cioè per differenza di pressione. L'emissione avviene attraverso estrattori molto silenziosi applicati negli ambienti di servizio (cucine, bagni).

Se però si vuole ottenere un contenimento più elevato dei consumi di energia calorica sono disponibili aeratori di livello tecnologico molto avanzato che funzionano ad immissione ed emissione contemporanea dell'aria, dotati di filtri speciali per pollini e smog.

AEROVITAL, aeratore a portata d'aria regolabile, permette di filtrare anche il pulviscolo presente nell'ambiente esterno, notoriamente carico di acari. Clinicamente testato, programmabile in funzione dell'umidità (50/65%)

o della temperatura desiderata.

#### *L'aeratore può apportare un miglioramento anche dal punto di vista acustico?*

L'elevato isolamento acustico evidenzia proprio una ulteriore peculiarità degli aeratori AEROVITAL, che possono restituire vivibilità ad abitazioni ed uffici ubicati in zone di grande traffico, con un abbattimento dei rumori del 40% superiore a quanto indicato nella norma UNI EN 12354-3, proponendosi come concreto rimedio ai crescenti disagi dei comuni attraversati da strade statali e provinciali particolarmente trafficate, ma anche a quelli dei fabbricati di aree adiacenti ad aeroporti e ferrovie.



## Il punto di vista dell'espositore



La falegnameria **ZV Zago e Volpato** di Giavera del Montello, presente presso lo stand di Siegenia Aubi, ha proposto sulla scena internazionale la finestra clima Technology, presentata in anteprima assoluta durante COLFERTexpo 2007.

Aerotronic, che in questi giorni è stata oggetto di speciale attenzione da parte dei delegati delle riviste di settore, è l'unità centrale di comando all'interno del sistema BUS di SIEGENIA-AUBI. La stazione meteorologica 4s è dotata di sensore vento, sensore luce per quattro punti cardinali, sensore pioggia, umidità e temperatura. La maniglia motorizzata MH10 di SIEGENIA-AUBI offre un confort d'uso ottimale e consente di movimentare facilmente finestre e lucernari. Maggior comfort e microclima abitativo ideale vengono garantiti anche all'aerazione a fessura automatica della durata di 10 minuti.

#### *Ecco le impressioni a caldo di Paride Zago, titolare:*

"Un doveroso ringraziamento innanzi tutto alla Siegenia-Aubi che ci ha dato la possibilità di portare per la prima volta in un palcoscenico internazionale e concentrato sul risparmio energetico il nostro sistema finestra Technology ad alto isolamento termo-acustico integrato al sistema di controllo Aerotronic di Siegenia-Aubi.

Per noi è stata un'esperienza estremamente positiva, un'occasione di crescita in quanto il confronto con un pubblico di livello tecnico molto elevato è uno stimolo per migliorare e nello stesso tempo un'occasione per arricchire le proprie conoscenze. Klimahouse è una fiera che non avevo mai avuto l'occasione di visitare, ma che mi ha colpito per la qualità tecnica degli espositori ed un pubblico attento e positivamente curioso.



Blindate  
**Bauxt**

Il vero nome  
della sicurezza



**Bauxt** è top producer nel settore delle porte blindate da oltre vent'anni: nel 1984 **Bauxt** ha avviato un lungo lavoro di ricerca, tutt'ora in corso, che mette in luce costantemente le reali esigenze del mercato, rispetto alle quali **Bauxt** si pone con una vasta, accurata e competitiva offerta.

La ricerca avanzata nella tecnologia, l'esigenza di offrire sicurezza, lo studio per l'impiego di materiali di alta qualità e il piacere di perseguire uno spiccato gusto estetico sono le caratteristiche che rendono uniche e inimitabili le porte blindate **Bauxt**.

[www.bauxt.com](http://www.bauxt.com) - [info@bauxt.com](mailto:info@bauxt.com)

**BauXT**<sup>®</sup> BLINDATE  
Style and Protection

# SAIE SPRING: un nuovo evento con una grande storia

*Si è tenuta a Bologna la manifestazione che raccoglie l'eredità del SAIEDUE*

La storia di un illustre predecessore in alcuni casi può costituire una fonte d'ispirazione a cui attingere, in altri come un fardello con cui confrontarsi e dal quale può risultare difficile staccarsi, ma la tenacia e l'ambizione, unite alla costanza e ad una buona autocritica, possono portare alla costruzione di una nuova immagine, premiando gli sforzi di chi ha gestito il cambiamento.

Curiosità e occhi puntati dunque sul nuovo salone del serramento, delle tecnologie del serramento e delle finiture d'interni, in programma da mercoledì 12 a sabato 15 marzo nel quartiere fieristico di Bologna: SAIESPRING rappresenta l'erede naturale di SAIE DUE, il grande evento primaverile che per 25 anni ha tenuto banco nel polo bolognese.

Organizzata da BolognaFiere, SAIESPRING si è proposta al pubblico come l'occasione ideale per approfondire temi legati all'innovazione tecnologica e alla ricerca sui materiali attraverso forum e mini-seminari, affiancati, secondo le intenzioni dell'ente organizzativo, all'esposizione di una

buona gamma di novità di prodotto altamente tecnico ed estremamente specializzato nei settori delle chiusure tecniche, porte scorrevoli, porte automatiche, porte per garage e porte tagliafuoco.

Il cuore di SAIESPRING, lo spazio allestito presso il Centro Servizi, ha ospitato una mostra e un forum dedicati al ruolo della ricerca e dell'innovazione quali motori di nuove soluzioni tecnologiche, stilistiche ed estetiche per i sistemi di involucro dell'architettura contemporanea.

Inevitabile per gli operatori che hanno visitato la fiera un confronto con la diretta concorrente, MADE expo, tenutasi poco più di un mese prima nel nuovo polo di Milano Rho. E' apparso chiaro che, al di là dei numeri che oggettivamente differenziano le due kermesse, saranno auspicabili nel corso delle prossime edizioni degli aggiustamenti di direzione affinché il salone dell'edilizia di Bologna acquisisca una propria identità che lo affranchi dal confronto storico con la precedente manifestazione e da quello sincronico con quella di Milano.



Nome	
MADEexpo	SAIESpring
Location	
Milano	Bologna
Periodo di svolgimento	
2-5 febbraio	12-15 marzo
Durata in giorni	
5	4
Espositori	
1.914	339
Padiglioni	
18	3
Convegni organizzati	
58	23
Visitatori complessivi	
170.779	20.033
Percentuale pubblico estero	
10%	10%



# Chi crede che i controtelai siano tutti uguali non ha mai visto un Eclisse da vicino

• Modello UNICO per intonaco



**brevetto**

#### **Binario estraibile**

Può essere smontato in qualsiasi momento per ispezionare il sistema e applicare accessori.

**brevetto**

#### **Barra di allineamento**

Facilita la posa in opera perché fissa il cassonetto al montante di battuta, mantenendoli perfettamente allineati.

**brevetto**

#### **Profilo sottoporta a strappo**

Permette di installare la porta sempre a filo pavimento, correggendo eventuali differenze di quota fra il controtelaio già posato e il pavimento finito.

**ECLISSE, 19 ANNI DI INNOVAZIONE, OLTRE 20 BREVETTI.**

CONTROTELAI ECLISSE: LA QUALITÀ VISTA DA VICINO.

I controtelai per porte scorrevoli a scomparsa sembrano tutti uguali ma non lo sono! Vi invitiamo a toccare con mano la robustezza, a distinguere gli innumerevoli dettagli costruttivi, a conoscere la straordinaria facilità di installazione dei controtelai Eclisse. Vogliamo comunicarvi i vantaggi concreti che fanno la differenza e trovare assieme a voi la soluzione tecnica che meglio risponde alle vostre esigenze.

numero verde  
**840 000 441**

da lunedì a venerdì: 10.00/12.00 - 16.00/18.00

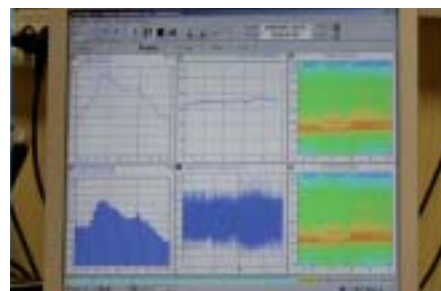


Eclisse s.r.l. - Pieve di Soligo (Treviso) - Tel. +39 0438 980513  
Fax +39 0438 980804 - eclisse@eclisse.it - www.eclisse.it

*A Correggio aria di novità sul tema della marcatura*

# Da oggi prove acustiche anche su porte-finestre

Attivo nel campo delle prove acustiche dal giugno 2006, il Laboratorio del Consorzio LegnoLegno di Correggio ha iniziato a gennaio 2008 i lavori di predisposizione del vano murario per l'esecuzione di prove anche su porte finestre, mettendolo a disposizione dei produttori che volessero testarle già a partire dalla metà di febbraio.



## Ma come è strutturato il laboratorio e come avviene una prova di acustica?

Il Laboratorio è dotato di una doppia camera riverberante per la determinazione del potere fonoisolante, come richiesto dalla norma internazionale ISO 140/3. In pratica, l'infisso viene installato sulla parete divisoria di due camere acusticamente isolate e di dimensione normalizzata; nella camera corrispondente alla faccia esterna dell'infisso viene installato un generatore di suoni puri, mentre nell'altra camera viene installato un fonometro con uno specifico analizzatore di spettro.

La differenza tra l'intensità acustica prodotta alle diverse frequenze a quella misurata, equivalente da un differenziale di pressione sonora, definisce il potere fonoisolante in dB dell'infisso in prova.

Sulla base di tale risultato, prevede la classificazione degli infissi in tre categorie (R1, R2, R3) in relazione al valore di  $R_w$  conseguito durante la prova.

Per le porte finestre vanno eseguite le prove per ogni richiesta di potere fonoisolante, non essendo prevista da alcun riferimento normativo la possibilità di stimarlo come succede per le finestre, anche attraverso l'utilizzo di tabelle normative.

La legislazione nazionale italiana prese in

considerazione la protezione acustica degli edifici già nel 1975, richiedendo che i materiali fossero in grado di garantire un livello minimo di comfort acustico all'interno dei locali abitati.

Nel 1995 tutto il materiale normativo precedente è stato raccolto e ridisegnato con l'emanazione della legge quadro sull'inquinamento acustico (n° 447 del 26/10/95), contenente definizioni di fondamentale importanza come la nozione di inquinamento acustico, ambiente abitativo, sorgenti sonore; in essa vengono definite le competenze della particolare figura del tecnico in acustica con riferimento alle sue attività di misurazione e valutazione delle prestazioni di impianti ed infrastrutture, nonché il ruolo svolto da Stato ed enti locali in questo settore.

Importanza peculiare è rivestita dal decreto attuativo intitolato "Determinazione dei requisiti acustici passivi degli edifici." (DPCM 05/12/97)

All'interno del decreto sono rinvenibili concetti fondamentali come quelli dei parametri acustici di riferimento e quelli degli ambienti abitativi, suddivisi dal DPCM in 7 categorie in base alla destinazione d'uso degli edifici classificati.

Il parametro che coinvolge implicitamen-

te il prodotto serramento è l'indice di valutazione dell'isolamento standardizzato di facciata  $D_{2m, nT, w}$ .

Questo caratterizza la capacità di una facciata di abbattere i rumori provenienti dall'esterno e cambia al variare della frequenza sonora.

*DPCM = unico e organico riferimento normativo nazionale per la protezione contro il rumore all'interno degli edifici civili e costituisce il punto di riferimento cardine nel caso di un'eventuale azione civile volta a contestare l'inadeguatezza, sotto il profilo acustico, della struttura edilizia o la sua mancata realizzazione "a regola d'arte".*

È importante ricordare come i valori minimi si riferiscano all'isolamento di intere partizioni o facciate e non in maniera specifica al potere fonoisolante di singoli elementi. Bisogna evidenziare come i valori di isolamento acustico di facciata stabiliti dal decreto siano indipendenti dai livelli di rumore presenti all'esterno dell'edificio – valori minimi da rispettare: regolamenti edilizi regionali possono prescrivere limiti più severi o addirittura prevedere la realizzazione di calcoli revisionali dei requisiti acustici passivi degli edifici.



ANCHE QUEST'ANNO



Si terrà alla Fornace di Asolo il 5 aprile 2008 la 7ª edizione di "FUTURLEGNO"

di Viviana Surian

## appuntamento



# COLFERT sponsor di Futurlegno

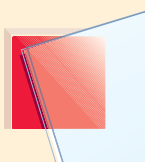
Si terrà alla Fornace di Asolo il 5 aprile 2008 la 7ª edizione di "FUTURLEGNO: nuova linfa per l'artigianato", promosso dal Gruppo Legno-Arredo della Confartigianato di Treviso, del quale anche quest'anno COLFERT è sponsor immancabile. La manifestazione è da anni paladina della salvaguardia del legno, inteso come materia prima e come risorsa che dà lavoro. Il legno ha un futuro non solo investendo in campagne pubblicitarie per

salvare gli alberi e per promuovere le opere di forestazione, ma anche e soprattutto promuovendo e "forestando" il patrimonio umano; attorno a questo concept ruoterà appunto la prossima edizione: IL LEGNO, UN MONDO DA RIPOPOLARE. L'iniziativa rappresenta un tentativo costruttivo per valorizzare il mondo del legno agli occhi dei giovani, sensibilizzando e avvicinando gli studenti ad una visione corretta, innovativa e positiva del

mondo del legno stesso e delle prospettive di occupazione che può offrire. Molteplici gli obiettivi che il concorso si propone di raggiungere:

- **stimolare la conoscenza del lavoro nel mondo del legno**, in una visione moderna, dinamica, innovativa;
- **coinvolgere i giovani studenti**, nel momento delicato in cui cercano di orientare il proprio percorso di studi, avvicinandoli ad un settore;
- **rivalutare la figura dell'artigiano, dell'esperto, specialista e professionista del legno e il legno quale materia prima che acquista prestigio e valore nel tempo.**

La selezione effettuata tra tutte le risposte pervenute dalle scuole di Treviso consentirà la presenza, Sabato 5 aprile 2008, di otto classi al Legno Quiz finale, presso la Fornace di Asolo. Per i premi, saranno assegnate 3 borse di studio (del valore di 1500, 1000 e 500 euro).



## fensterbau frontale 2008

Si terrà a Norimberga dal 2 al 5 aprile 2008 la "FENSTERBAU FRONTALE", manifestazione fieristica d'importanza internazionale che si sviluppa in concomitanza con il salone "Holz Handwerk" (Lavorazione manuale del Legno).

La kermesse biennale, che nel 2006 ha contato oltre 100.000 visitatori, il 30 % dei quali erano stranieri provenienti da 97 paesi (con un'impennata del 5% rispetto all'edizione precedente), quest'anno vanterà una superficie molto più ampia rispetto al 2006, con circa il 20% in

più di area espositiva dedicata ai nuovi materiali e ai prodotti di fissaggio per le facciate di nuova generazione e ben 1200 espositori, provenienti da 32 paesi, pronti a far conoscere le ultime novità nell'ambito dei 3 macrosettori merceologici presenti:

- Sistemi di costruzione e profilati, semilavorati, materiali e supporti
- Vetro e prodotti per il vetro
- Ferramenta, porte, tecniche di fissaggio, di sicurezza e di organizzazione

Alla manifestazione presenzieranno anche espositori italiani di prodotti all'avanguardia come Eclisse, Siegenia Aubi, Seco Sistemi, Otlav e Metalglas.



di Patrizia  
Esposito

## laboratorio

*COLFERT invita tutti i clienti a partecipare all' incontro formativo*

# Ascolta e Venderai! Saper Vendere le Qualità del Serramento

### **Alcuni argomenti**

- *Il vero significato di qualità*
- *La qualità comunicata aumenta il valore del serramento*
- *Oltre le parole, l'ascolto!*
- *Lo scopo della vendita è aiutare il cliente nell'acquisto su misura*
- *La crisi è la trasformazione dei propri limiti: c'è la crisi evolutiva e quella accidentale*
- *Il cliente giusto o la vendita giusta?*
- *La conoscenza allargata del mercato: come il cliente è influenzato nei comportamenti d'acquisto.*

L'incontro, presieduto dalla docente dott. ssa Patrizia Esposito, si terrà a Treviso nella giornata di sabato

**31 maggio 2008**

Per aderire al laboratorio o per richiedere ulteriori informazioni è possibile contattare COLFERT allo **0422 498711**, oppure inviare un fax allo **0422 498725** o una e-mail a **colfert@colfert.com** con oggetto "Adesione Laboratorio"

Spesso ci si pre-occupa (cioè ci si occupa prima) di acquistare una tecnologia che permetta una produzione di qualità, con un'elevata attenzione alle capacità prestazionali del prodotto. Una corsa alla produzione per essere pronti a soddisfare le richieste del mercato. Ma quando la produzione e le tecnologie sono pronte, ecco che qualcuno comincia a riflettere su come vendere quel serramento eccellente, carico di elevata tecnologia e che dovrà posizionarsi nel mercato. L'innovazione tecnologica è un elemento di fondamentale importanza, però l'innovazione è tale se è riconosciuta dall'unico fattore vitale per l'impresa: il cliente, il quale darà il voto a quella innovazione e giudicherà il serramento in relazione alle sue esigenze (latenti o palesi).

Come si fa a vendere le qualità del serramento? Ma prima ancora, conosciamo il significato reale di qualità? Il tranello in cui spesso si cade quando si pensa alla qualità è parlare di tecnologia, di strumenti tecnici o di processi di controllo della produzione, ma questi sono solo la parte conclusiva della qualità. Un prodotto è tale quando soddisfa le richieste del cliente, cioè è il cliente che definisce il serramento di qualità, quindi il primo obiettivo è conoscere il soggetto della vendita. Il serramento ha vissuto, fino ad oggi, come una specie protetta, si è distinto dagli altri prodotti per una propria caratteristica che era riuscita a farlo sopravvivere all'inevitabile obsolescenza.

Questa specie, oggi, non è più protetta e la complessità delle dinamiche del mercato sta rilevando una necessità poco sentita, quella di imparare a vendere le qualità del serramento attraverso la comunicazione. Creare un 'ponte' di collegamento fra il cliente e il mondo del serramento: solo così saranno apprezzate e riconosciute la funzionalità garantita, le prestazioni efficaci, l'estetica adeguata. **Quali sono gli**

**strumenti di vendita capaci di tradurre la conoscenza tecnica in termini di vantaggio commerciale?**

Saper Ascoltare. Saper Comunicare.

**SAPER ASCOLTARE:** capire quale tipo di qualità richiede il cliente, cercando di trovare quella caratteristica del serramento che risponde alle sue esigenze/richieste.

Con un ascolto attento, evitando di far intervenire il proprio giudizio personale, si può conoscere ciò che vuole veramente il cliente. Per imparare ad ascoltare ci vuole allenamento costante e mettere in moto un importante cambiamento nelle abitudini di vendita. Ma la ricompensa a questo cambiamento sarà la conquista della fiducia del cliente.

**SAPER COMUNICARE** è l'altro strumento fondamentale: è la scintilla capace di accendere l'interesse del cliente, evitando di saturarlo con informazioni inadeguate.

Il cliente effettua la propria scelta di acquisto attraverso un comportamento di selezione, nel corso del quale il grado di valore percepito del serramento andrà a confrontarsi con altri oggetti di arredamento della casa: la capacità del cliente di riconoscere al serramento il suo reale valore dipenderà dall'incontro con un venditore capace di guidarlo lungo un percorso di descrizione tecnica, caratterizzata da una comunicazione semplice, diretta e il più possibile personalizzata. Saper comunicare vuol dire stabilire un reciproco scambio di opportunità: per il cliente è l'opportunità di acquistare bene e con soddisfazione, per l'azienda è l'opportunità di ricevere il compenso adeguato. Il contributo che questi due strumenti danno alla vendita è anche una migliore gestione del cliente, perché grazie all'ascolto e alla comunicazione si evitano inutili perdite di tempo ed errori di interpretazione delle richieste.

La conoscenza tecnica può diventare un'affascinante argomentazione di vendita attraverso l'utilizzo di una comunicazione professionale.





## GEZE Perlan 140

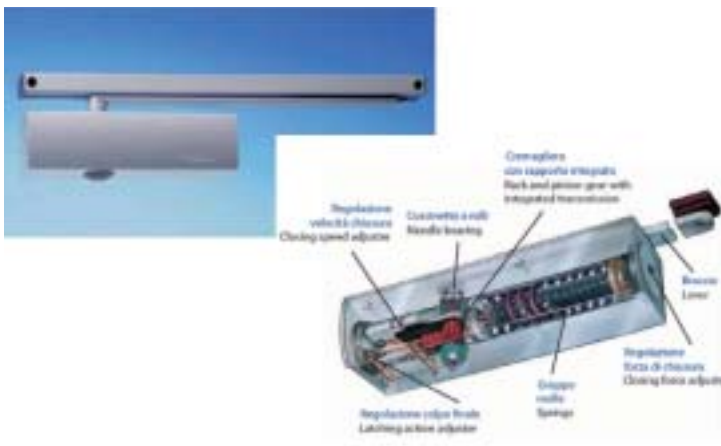


Con il suo design sofisticato ed elegante il sistema per porte scorrevoli, Perlan 140 soddisfa le esigenze di ogni tipo di ambiente, facilitando l'apertura di qualsiasi tipo di scorrevole. La massima silenziosità in fase di apertura e scorrimento, la possibilità di sincronizzare l'apertura delle due ante grazie al sistema DuoSync (fino a 240 cm di ampiezza di apertura) e di motorizzare ante del peso di 80 kg attraverso l'applicazione di Perlan AUT rendono questo sistema uno strumento di risoluzione dei problemi che si presentano nel mondo della progettazione.

Il modello Perlan 140 ha una portata massima del carrello di 140 kg; testato su 100.000 cicli, si attesta in classe 2 per resistenza alla corrosione, mentre la versione Perlan KS raggiunge la classe 4 ed è perciò indicata per gli ambienti aggressivi, ad esempio l'ambiente marino.

## GEZE TS 3000 V

Chiudiporta aereo a cremagliera con braccio a slitta EN 1154



### Caratteristiche del prodotto

- Forza di chiusura regolabile, forza 1-4 secondo EN 1154
  - Colpo finale idraulico, a regolazione frontale
  - Velocità di chiusura termostabile, a regolazione frontale
  - Corpo e braccio a slitta adattabili ai seguenti colori: argento, elettro, bianco, colori RAL a richiesta dotata di sistema integrato di limitazione dell'apertura
  - Per porte tagliafuoco e tagliafumo

### Campo di applicazione

- Per porte a battente, larghezza anta fino a 1100 mm
- Apertura a destra e a sinistra senza alcuna modifica.

## GEZE E 580

Il motore a catena a scomparsa GEZE E 580 con le sue dimensioni ridotte (31x31x311 mm) può essere



integrato in tutti i comuni profili.

Questo motore opera con un'alimentazione da 24 V DC ed è dotato di fine corsa a controllo automatico.

Un kit di alimentazione da 230V AC / 24V DC è disponibile per connettere l'E 580 al principale voltaggio 230V.

Grazie alle sue piccole dimensioni (32x32x108 mm) il kit di alimentazione può essere anch'esso integrato nel profilo del vetro.

### Campi di applicazione e caratteristiche principali:

- Ideale per finestre rettangolari a inserimento verticale ( $\pm 5^\circ$  inclinazione) in ferro, alluminio e PVC
- Alloggiamento: altezza minima 350 mm larghezza min 600 mm / max 1500 mm
- Peso max del pannello 30 kg/m<sup>2</sup>
- Area di alloggiamento max 1,5 m<sup>2</sup>

E 580 è disponibile anche in versione TANDEM, studiato per l'estrazione di fumo e calore e per la ventilazione controllata, abbinato all'unità di sincronizzazione E 102.



di Nicola  
Facchinato

marcatura

*Marcatura CE del proprio prodotto:  
ostacolo oppure opportunità da cogliere?*

## La via più facile

**La marcatura CE per il serramentista non in legno sembra a tutti gli effetti di facile applicazione, considerando che la norma UNI EN14351-1/2006 al capitolo 7 "Valutazione della conformità" consente al produttore (serramentista) di non ritestare le caratteristiche se egli può fornire le documentazioni necessarie (Cascading ITT).**

Il risultato, ovvero la costruzione del serramento, se rispettoso di quanto sopra, risponderà probabilmente a quanto richiesto dalla norma, ma siamo sicuri che è solo questo ciò di cui il serramentista necessita? E' veramente utile adeguarsi solo a quanto la norma richiede, oppure è bene vedere l'opportunità che la marcatura CE può fornire?

In ogni azienda, piuttosto che nella vita quotidiana, ognuno di noi, attraverso dei valori, attua delle scelte, giuste o sbagliate, che generano dei risultati; l'importante è che esse siano fatte consapevolmente. Immaginare che un'azienda, nella situazione attuale, possa scegliere la "via più facile" (cascading ITT) la fa sembrare nell'immediato la più vantaggiosa, ma alla lunga produrrà l'effetto desiderato?

Credo sia necessario, prima di prendere qualsiasi decisione, riflettere sui pro e sui contro che genera la scelta della "via più facile", e precisamente come sotto:

Come si evince i pro sono solo economici ed al di là del fatto che anche la normativa in merito al cascading ITT non è ancora chiara, non sono stati ancora precisamente definiti i doveri e i diritti del serramentista rispetto al fornitore di profilo e viceversa; meritano dunque una riflessione il terzo e quarto punto.

Spesso mi trovo a parlare con serramentisti convinti che quanto prodotto nelle proprie aziende abbia come esito il raggiungimento dei massimi valori previsti senza aver mai testato un serramento, ma la realtà è ben diversa poiché le prove iniziali di tipo, e in modo particolare, le prove su aria-acquavento nella maggior parte dei casi hanno esiti ben al di sotto di quanto ci si aspetta. Questo succede quando ci si affida a certezze mai provate ed a terzi che pensano per noi e certificano per noi; credo che arrivare al 2008 e mettere il futuro in mano ad altri, non sia la decisione migliore, ma sia la "via più facile".

Ognuno all'interno della propria azienda dovrebbe scegliere la via migliore avendo chiaro prima di tutto il proprio obiettivo, analizzare la produzione e le vendite, appurare quale tipo di serramento sono prodotti per la maggiore ed identificare i campioni tipo da testare.

Se la produzione è fatta per il 90% da un sistema specifico, sarà quello che si andrà a certificare, per il rimanente che

spesso è suddiviso in più sistemi si dovrà scegliere la via migliore che consisterà nell'acquisto del prodotto finito, con i requisiti per essere immesso nel mercato, e soprattutto con un costo certo.

Ecco che le prospettive di fare business cambiano, prima si era portati a produrre tutte o quasi le tipologie di serramenti ed usare i più svariati sistemi con i relativi pro e contro, ora specializzarsi in produzioni di tipologie e sistemi non usuali conviene a chi voglia fare della produzione il proprio core business.

Per altri che non vorranno investire sulla specializzazione converrà mettere a frutto la propria esperienza ed il proprio nome acquistando i prodotti ed investendo sul commerciale.

La marcatura CE non deve essere vista solo come un'altra norma da rispettare, ma un'occasione di riorganizzazione aziendale. Gli ultimi anni carichi di lavoro spesso non hanno permesso di riflettere su un mondo che cambia velocemente, non più impostato sull'esigenza di produzione, bensì sulla vendita, intesa come chiusura a buon fine, perché non venga a mancare quella liquidità oggi fondamentale per la sopravvivenza delle aziende. Senza dilungarmi eccessivamente, ricordo a tutti i lettori di non scegliere la "via più facile" poiché spesso può essere la più difficile.

### PRO:

1. Spesa contenuta

### CONTRO:

1. Obbligo accordo con fornitore ed utilizzo accessori stabiliti nelle prove dallo stesso.
2. Responsabilità diretta sull'immissione dei prodotti nel mercato.
3. Nessun test, quindi nessuna verifica pratica che quanto costruito rispecchi quanto dichiarato nel controllo di produzione.
4. Personale non partecipa al risultato, ne consegue una crescita mancata.
5. FPC controllo di produzione comunque da effettuare in azienda.





*Raggiunto un importante traguardo*

## Solidarietà su 2 ruote: donati € 6.000 ad Arep grazie a voi

Da tempo siamo convinti che un'azienda abbia il compito di creare con responsabilità e consapevolezza, oltre al valore economico, un valore ambientale e sociale. Questo è lo spirito con il quale è stata pensata la campagna "Solidarietà su due ruote" che grazie alla vendita delle divise COLFERT, nate per aiutare coloro che non hanno le nostre stesse possibilità, ha permesso di raccogliere durante il 2007 l'importante cifra di 6000 euro che, grazie ai tanti clienti, collaboratori, fornitori amanti del ciclismo, abbiamo potuto offrire all'AREP di Villorba (TV), Associazione Rieducativa Ente Privato, nata nel 1983 a Susegana grazie all'impegno di un gruppo di genitori di giovani disabili come centro per la pratica dell'ippoterapia che dedica oggi tutti i suoi sforzi alla riabilitazione sociale, attraverso la valorizzazione delle potenzialità residue delle persone diversamente abili (con programmi differenziati per situazioni di natura congenita o acquisita) e il loro reinserimento.

Le attività di riabilitazione sociale sono erogate gratuitamente, pertanto AREP necessita ogni anno di reperire sostegno da parte di fonti esterne per finanziare tali progetti. Una parte di esse è rappresentata dalle famiglie degli utenti disabili, una parte dall'utenza delle attività sanitarie e sportive, dai fornitori, dai donatori e attraverso la campagna relativa al 5x1000.

Colfert ha trascorso una mattinata in compagnia del dott. Enrico Rossi, direttore di Arep, e di Federico Sacconi, responsabile marketing dell'Associazione, seguendo le attività svolte dai ragazzi che ogni giorno frequentano i laboratori.

Operativo dall'ottobre 2006, il laboratorio di falegnameria ci accoglie come una fucina di progetti e creatività: sotto la supervisione di tre esperti coordinatori, Chiara, Erica e Ottaviano, questo gioiello di sicurezza e funzionalità lavora alla realizzazione di modelli propri.

Il progetto Super Abili è l'emblema delle nuove attività di questo laboratorio: gli utenti stessi, affetti da disabilità motoria, sono chiamati a realizzare ausili per la vita quotidiana, per aiutarsi nelle azioni di ogni giorno.

La falegnameria accoglie ogni settimana circa 30 persone tra adulti e ragazzi (per un totale di 100 al mese), per i quali Arep valuta l'inserimento nel gruppo attraverso l'analisi di attitudini ed abilità residue.

Tutto ciò avviene nell'ottica del programma 2008 di reinserimento di almeno 3 persone nel mondo del lavoro attraverso l'avviamento di altrettanti tirocini lavorativi, per mezzo del SIL (Servizio Integrazione Lavorativa); sono molte infatti le aziende che si appoggiano oggi ad AREP per la valutazione e l'affiancamento nella selezione di personale diversamente abili.

Molto amate le attività di yoga e la musicoterapia, il cui responsabile è Ennio, che si occupa del rapporto tra uomo e suono, che rappresenta per AREP uno dei settori riabilitativi all'avanguardia nell'ambito della neuropsichiatria infantile e contribuisce ai progetti riabilitativi dettati dall'equipe di esperti: nell'esperienza musicoterapica la musica è utilizzata come terapia ed è indirizzata a bambini e ragazzi con disturbi legati alla relazione, alla comunicazione, alla motricità, ai

disturbi dell'apprendimento e ai disturbi del comportamento in generale.

Nel laboratorio artistico veniamo accolti da Barbara e Lisa, responsabili di gruppi provenienti dalle situazioni più variegate, che ci spiega come il gruppo sia una molla fondamentale per tutti i suoi partecipanti: è la spinta che serve a ciascuno di essi per uscire di casa ed interagire al di fuori dei rapporti familiari, offrendo alle famiglie la possibilità di avere un effettivo aiuto nell'assistere il proprio caro.

Indispensabile il volontariato, che affianca gli operatori durante tutto l'anno e specialmente in estate, durante i centri estivi integrati, che permettono a bimbi e giovani normodotati o diversamente abili di socializzare e, nel mese di luglio, due settimane di soggiorno a Jesolo.

Ci spostiamo poi nel laboratorio informatico, una fucina resa possibile grazie alla generosità di molte aziende che hanno donato la strumentazione ad Arep, permettendo l'allestimento di 9 postazioni, a disposizione di oltre 150 persone al mese. A breve i PC del laboratorio saranno in rete: ciò permetterà la realizzazione e il completamento del nuovo sito AREP secondo i criteri di accessibilità secondo le linee guida e i criteri stabiliti dal CNIPA, Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione, per veicolare informazioni e valori importanti da far percepire ad un pubblico sempre più ampio da sensibilizzare e a cui far comprendere come le situazioni vissute al suo interno potrebbero, malgrado tutto, riguardare tutti noi.



## Granfondo del Montello: una maratona al TOP

COLFERT rafforza la passione per il ciclismo diventando top sponsor della Gunn Rita Marathon 2008, prestigiosa manifestazione organizzata dal team Pedali di Marca, che ha accresciuto la sua professionalità nel tempo organizzando eventi diversi tra loro, ma sempre legati al mondo delle due ruote. Un comitato organizzatore, dunque, quello della Granfondo del Montello che da sette anni ottiene ottimi ed importanti risultati organizzativi. La particolarità di Pedali di Marca, è la conoscenza e il legame con il territorio che gli ha permesso di porsi in modo realistico ed efficace verso la politica e il mondo degli appassionati.

Non dimentichiamoci, infine, che tutti i membri del team sono, prima di tutto, pedalatori ed appassionati della mountain bike. È un grande onore per COLFERT essere Top sponsor di questa manifestazione che catalizza un

mix di passione, esperienza, idee chiare, capacità di lavorare in squadra e progetti ambiziosi.



## Dal 2008 siamo sponsor dell'Associazione Sportiva G.S. Azzida!

*G.S. Azzida nasce nel 1977 come associazione che coltiva le passioni di dilettanti del podismo e del calcio amatoriale; nel 1991 si iniziano a organizzare le prime gare MTB e iniziano anche le prime partecipazioni degli atleti del gruppo. Come MTB l'associazione partecipa al campionato friul-bike, nel quale la squadra si è classificata al sesto posto assoluto su oltre sessantacinque società in lizza, al carnia-bike e ad alcune gare fuori regione; è attivo anche un gruppo di giovanissimi che partecipano al campionato junior-bike con buoni risultati. Molto importante l'opera educativa e di sensibilizzazione intrapresa dalla G.S. Azzida, che organizza corsi*

*di avvicinamento alla bici per bambini (gratuito) e allestisce ogni anno una gara dal nome "Crono Baby MTB", che si tiene il primo sabato di settembre e che è giunta alla 13° edizione (vi partecipano circa 100 mini atleti).*



## Il mercatino di AREP

Si tratta di un'iniziativa che rappresenta una delle voci importanti nella cassa delle attività sociali di Arep e corona gli sforzi dei ragazzi che, con la propria fantasia e abilità, forgiavano gli oggetti che vengono offerti nel corso di questi appuntamenti: prodotti di falegnameria, di pittura e legatoria, ma anche lavori di cucito.

I mercatini di Arep si svolgono in concomitanza con le principali festività, vi invitiamo a visitarli!



**Partecipa con noi ad una grande gara: quella della solidarietà!**

La stagione ciclistica sta per ripartire! Dato il successo dell'iniziativa 2007, COLFERT propone ulteriori 200 divise disponibili nelle taglie M - L - XL - XXL; ogni divisa (guanti, pantaloncini, maglietta estivi) costa 40 euro e, a chiusura del 2008, il ricavato sarà interamente devoluto in beneficenza: per acquistare un completo basta rivolgersi al proprio agente di fiducia o richiederlo alla cassa del punto vendita di Frescada di Preganziol.





# ekey® TOCAIntegra. Semplice, sicuro.

La porta con *il tocco* in più

ekey® TOCAIntegra è un innovativo sistema di controllo accessi ad impronta digitale.

ekey® TOCAIntegra è **semplice**

la sua installazione avviene inserendo lettore e centralina direttamente nella vostra porta, con grande semplicità;  
è compatibile con tutte le serrature motorizzate presenti sul mercato;  
non richiede complicate programmazioni.

ekey® TOCAIntegra è **sicuro**

può gestire fino a 99 impronte, che vengono codificate impedendone manipolazioni esterne;  
risolve definitivamente problemi di furto, perdita, dimenticanza di chiavi, badge e codici d'accesso.

## Il dito è la tua chiave





di Ornella  
Nicoletto

# certificazioni

## Il Gruppo Bureau Veritas. Chi è, cosa fa.

*Oggi si parla in continuazione di certificazione ISO e di qualità; molti sono i loghi e i nomi che si sentono citare di continuo, ma spesso non vi è una totale chiarezza sui ruoli e sui settori interessati da questa o quella certificazione.*

*Ci concentreremo in particolare sul Gruppo Bureau Veritas Italia, ente certificatore al quale COLFERT si è sottoposta per la propria certificazione.*



Bureau Veritas è una società di servizi la cui missione è fornire valore aggiunto ai propri Clienti attraverso verifiche dell'efficace gestione dei sistemi Qualità, Salute Sicurezza Ambiente e Responsabilità Sociale (QHSE-SA) relativi ai loro beni, prodotti e sistemi aziendali, aiutandoli a prevenire rischi ed a migliorare le prestazioni.

Bureau Veritas nasce nell'800 in Francia, come organismo di controllo/verifica nell'ambito delle costruzioni navali, esperienza poi estesa via via negli altri settori e in tutto il mondo. In Italia è presente da oltre 160 anni. Forte dell'esperienza maturata nel tempo, è in grado di erogare un'ampia gamma di servizi in molteplici settori:

- Aeronautico e Spaziale;
- Commercio Internazionale e Contratti di Governo;
- Edilizia e Infrastrutture;
- Energetico;
- Largo Consumo;
- Navale;
- Industriale e Manifatturiero;
- Telecomunicazioni;
- Trasporti e Logistica.

Presente in 140 Paesi, con una rete di 700 uffici e più di 33.000 esperti, in Italia, Bureau Veritas conta circa 260 dipendenti ed è presente con i propri uffici su tutto il territorio nazionale, consentendo un servizio efficace in tempi rapidi.

La società è titolare di numerose notifiche e accreditamenti a livello internazionale. In particolare, Bureau Veritas Italia è Organismo di Ispezione accreditato a fronte della norma UNI CEI EN ISO/IEC 17020:2005 (ex UNI CEI EN 45004), norma che specifica i requisiti da possedere ai fini di un riconoscimento/accreditamento internazionale nell'ambito delle attività di audit.

Il Gruppo possiede un proprio Sistema di Risk Management esteso a tutte le sue sedi nel Mondo e che viene supervisionato a livello Corporate così da garantire coerenza ed omogeneità.

In particolare Bureau Veritas Italia integra gli aspetti di gestione del Rischio con quelli di gestione del proprio Sistema Qualità aziendale sfruttando, anche a beneficio dei Clienti, tutte le sinergie che si vengono a creare.



di Mario  
Paronetto

grandangolo

*La curva del ciclo della vita: uno strumento di analisi spesso ignorato dalle aziende.*

## Il coraggio di cambiare

Quando si riflette su come migliorare le performance aziendali, di frequente ci si dimentica la preoccupante brevità della vita media delle imprese. Di quelle che nei primissimi anni '70 rientravano tra le prime 500 aziende al mondo, poco più di un decennio dopo, oltre un terzo erano state smembrate o coinvolte in una fusione con altre. Nei paesi occidentali, Italia inclusa, la vita media di un'azienda non arriva a vent'anni.

Si può affermare che, in molti casi, è proprio il successo che l'azienda ottiene nel mercato a portare con sé il virus che presto o tardi la condannerà a sparire; è come se la pericolosità di questo virus fosse direttamente proporzionale all'intensità del successo ottenuto. Più si sono avuti risultati positivi e più si tende a riproporre lo stesso modello comportamentale anche quando lo scenario di riferimento è radicalmente cambiato. È sensato chiedersi se questa situazione deve considerarsi fisiologica e se sia corretto pensare all'azienda come ad un organismo che solo nella minoranza dei casi sopravvive a chi l'ha creato.

L'esperienza di chi scrive consente di dire che fra i fattori che contraddistinguono le imprese più longeve si sottolineano la sensibilità e l'attenzione nei confronti del mercato, nonché la tolleranza verso le nuove idee.

Infatti un'impresa non può pensare di superare indenne il passare del tempo senza una grande capacità di interpretare e gestire i cambiamenti in atto nell'ambiente in cui opera, così come vi è sempre più bisogno di una forte capacità di tolleranza per le diversità e le nuove idee, se non addirittura la ricerca del pensiero libero che sa uscire dagli schemi tradizionali.

Vi è poi un altro aspetto molto importante. Tutte le aziende ultracentenarie hanno sperimentato radicali cambiamenti del business in cui operavano. Le società che prosperano nel tempo, possiedono una visione molto più ampia ed aperta del business e si concentrano soprattutto sulla valorizzazione del potenziale umano che hanno a disposizione piuttosto che sull'attività svolta.

Per dominare nel tempo è necessario quindi cambiare pelle costantemente. Questo presuppone una forte predisposizione a "rompere" con il passato e quindi ad abbandonare velocemente il modello di successo sebbene gli uomini spesso rinuncino con difficoltà ad una formula che ha portato buoni risultati; sono spesso inconsapevolmente prigionieri dei propri schemi mentali, per cui pensano in mo-

do scarsamente innovativo e slegato dal passato. Nelle situazioni di stress o nelle difficoltà questo comportamento è ancor di più manifestato. E' questa la principale causa del declino delle organizzazioni.

Ciò che accade attualmente è che solo di fronte a un evidente declino, con l'approssimarsi del pericolo di precipitare in un baratro, il management decide di avviare profonde trasformazioni. L'attivazione tardiva di un processo complesso come quello riguardante il cambiamento organizzativo, culturale o strategico che sia, determina spesso l'insorgere di situazioni traumatiche. Perdite finanziarie enormi e tagli ingenti al personale potrebbero essere evitati con un diverso atteggiamento del management e con una maggiore attenzione ai segnali precoci della necessità di cambiamento.

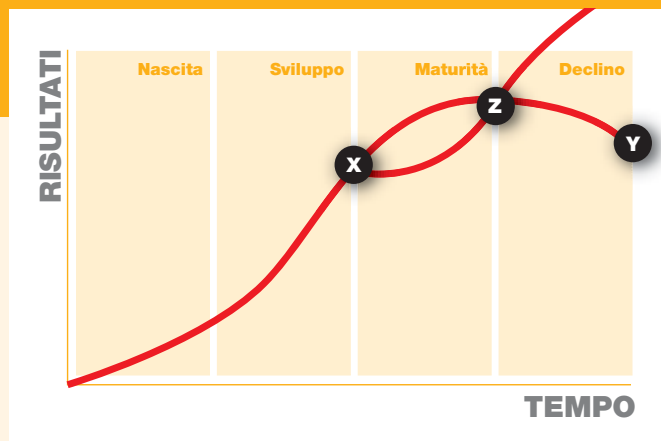
La curva del ciclo di vita è un modello che ubbidisce ad una legge universale in grado di descrivere l'andamento della crescita degli uomini, delle imprese e dei prodotti.

Il segreto della crescita costante nel tempo consiste nell'attivare lo sviluppo di una nuova curva prima che la precedente inizi il suo declino. Idealmente il momento migliore per iniziare una nuova è quello indicato dall'intorno X (punto dell'opportunità).

Alcuni decidono di affrontare il cambiamento quando arrivano all'intorno Z (punto di crisi reversibile), ossia quando l'azienda o il prodotto sono giunti alla loro piena maturità e anche i numeri cominciano a rivelare aspetti preoccupanti. La stragrande maggioranza delle aziende però decide di cambiare più o meno quando oramai si trova nell'intorno Y (punto di crisi irreversibile). Questo avviene per una serie di fattori, ma principalmente accade perché le imprese si affidano solamente ad un'analisi dei dati economico-finanziari che, essendo a consuntivo, non possono fornire alcuna indicazione utile ai fini della decisione di avviare un cambiamento con il giusto anticipo. Ne deriva, paradossalmente, che ci si decide ad attivare un cambiamento nel momento meno propizio e di massima difficoltà.

Nell'intorno X esistono il tempo, le risorse e le energie necessarie per attivare un nuovo percorso di sviluppo prima che la maturità e il declino indeboliscano eccessivamente l'organizzazione sempre più a corto di risorse finanziarie. La strategia di molte aziende di successo è quella di lanciare sul mercato nuovi prodotti nel momento in cui quelli vecchi stanno ottenendo ancora ottimi risultati.





Queste aziende "distruggono" il loro vantaggio competitivo prima che lo faccia qualche concorrente.

In questo modo continuano a detenere il primato nel loro settore e a ottenere elevati tassi di crescita. Il passaggio su una seconda curva di crescita richiede l'attivazione di un profondo processo di cambiamento di tipo organizzativo, strategico e culturale che può portare a una ridefinizione del proprio core business.

La decisione di procedere in questa direzione non è semplice e spesso richiede una vera "rivoluzione creativa" all'interno dell'azienda.

Spesso le aziende naufragano non perchè l'ambiente sia diventato ostile, ma perchè il loro modo di osservarlo, la loro visione del mondo, non è più adeguata a cogliere le opportunità che il mercato offre.

Da qualche tempo sto seguendo un'azienda operante nel settore del legno nell'ambito dei prodotti per l'imballaggio. Il suo fatturato negli ultimi 5 anni è cresciuto, passando da 16 a 23 milioni, mentre buono è rimasto anche il margine di contribuzione. In questo periodo la sua quota di mercato è aumentata del 25% e inoltre sono state assunte altre 6 persone.

L'attuale è la terza generazione della famiglia che si occupa di imballaggi e nonostante questa scelta di mercato abbia premiato in passato e continui a dare risultati positivi tuttora, qualcosa è cambiato.

Gli imprenditori si sono resi conto che l'aver avuto successo finora poteva far ritenere che questo si sarebbe riproposto anche nel futuro. Si sono posti quindi le seguenti domande: quale sarà l'evoluzione del mercato dell'imballaggio e quali sono le opportunità all'orizzonte?

È stato proprio l'interrogarsi sul futuro il momento chiave per questa azienda. Una ricerca ha infatti evidenziato come fossero già presenti gli elementi testimonianti un aumento della rischiosità del loro mercato. La presenza di una tecnologia di produzione povera con bassissime barriere all'entrata, l'elevata concorrenza, la tendenza alla riduzione dei margini di contribuzione, la frammentazione dei lotti di produzione, indicavano chiaramente che era arrivato il momento di cambiare proprio quando i bilanci continuavano ad indicare numeri positivi. L'analisi delle opportunità ha invece indicato la possibilità di utilizzare la materia prima e la tecnologia impiegata anche per la produzione di oggetti finiti dedica-

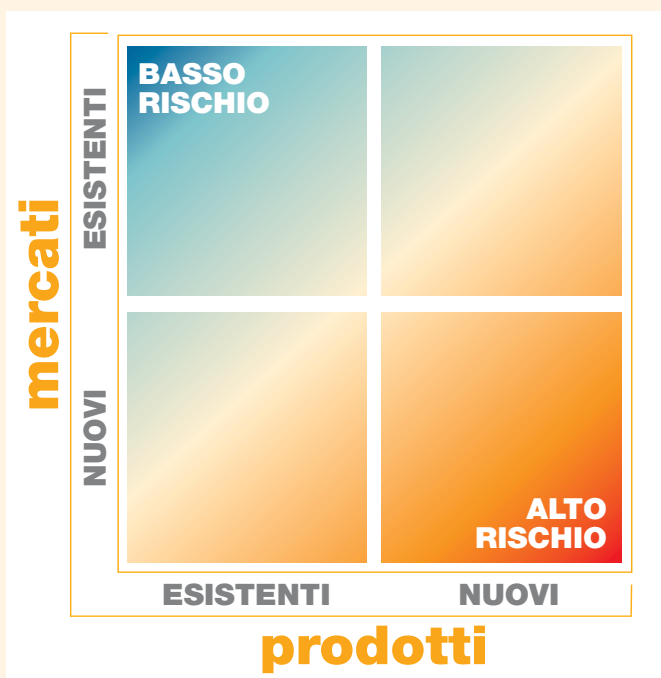
ti ad altri mercati.

L'azienda ha cominciato a sperimentarsi nel settore dell'arredamento, progettando e realizzando mobili di servizio domestico per il mercato del "fai da te".

Essendo il business dell'imballaggio ancora in buona salute, questo ha permesso all'azienda di compiere una scelta strategica importante e complessa, come quella di entrare in un nuovo mercato con un nuovo prodotto, in modo ponderato, potendo contare su un'organizzazione strutturata ed efficace e su flussi economici certi, da convogliare negli investimenti richiesti dalla fase di ricerca e sviluppo.

I numeri indicano che entrare con proposte innovative nel mondo del "fai da te" è stata un'intuizione felice. Oggi, dopo poco di un anno dall'ingresso in questo mercato, il fatturato complessivo è cresciuto del 15% ed i ritorni economici si mostrano in grado di coprire in breve tempo gli investimenti occorsi. Vi sono dunque le prospettive affinché il passaggio ad una seconda curva del ciclo di vita di questa azienda avvenga nel modo più sereno ed efficace. Come dice quell'antico proverbio: "La paura bussò, il coraggio andò ad aprire e non trovò nessuno".

mario@studioparonetto.com



# Applicazioni Web: come gestire i fornitori con successo

## La rete e il supply chain management

Partiamo da un dato ovvio: gestire la relazione con fornitori e terzisti è semplicemente fondamentale. Nessuna impresa può farne a meno.

È infatti inevitabile che un'azienda si relazioni con altre imprese a monte e a valle della sua attività.

Gestire la relazione con fornitori e terzisti per ottimizzare la consegna del prodotto finale rientra nel processo di supply chain management o gestione della catena della fornitura.

E la tecnologia informatica, le *applicazioni web* in particolare, sono il *cardine di un corretto supply chain management* perché permettono un'efficiente gestione delle informazioni alla base di questa relazione.

### Di che cosa si tratta?

Le applicazioni web sono applicazioni accessibili via web attraverso la rete. Per questo sono fruibili ovunque vi troviate.

La rete può essere extranet, cioè collegare l'impresa con determinate entità esterne, intranet, cioè mettere in comunicazione soggetti e personale interno all'azienda, o la classica Internet, la rete telematica mondiale.

Quanto all'applicativo informatico specifico per il supply chain management, vogliamo soffermarci su tre soluzioni in particolare: i sistemi EDI o web EDI, i portali web e lungoProcurement.

Vediamo le caratteristiche essenziali di queste soluzioni, alla luce dell'aspetto più importante: l'integrazione di fornitori e terzisti.

Infatti *lo scopo ultimo del supply chain management è integrare gli attori della catena al fine di minimizzare i costi e*

*garantire un livello di servizio ottimale.*

### I sistemi EDI

I sistemi EDI (Electronic Data Interchange) permettono *lo scambio di messaggi elettronici strutturati in forma standard da un sistema elaborativo ad un altro.*

L'EDI classico, che non si appoggia alla rete Internet ma che comunque trattiamo data la sua diffusione, necessita di una rete comune tra i soggetti collegati e che ogni azienda rimappi i propri documenti secondo lo standard EDI dell'azienda cliente.

Ma queste soluzioni presentano un problema principale: le aziende che adottano il sistema EDI *impongono i loro standard alla rete di fornitori e terzisti che si devono necessariamente adeguare*, dovendo rivedere molti elementi del loro processo informativo e investendo di conseguenza. Inoltre, se un fornitore lavora con diverse aziende ciascuna con il proprio standard EDI, dovrà adattarsi a ciascuno diversamente.

Seppur ridotti grazie all'utilizzo del linguaggio XML e della rete Internet come infrastruttura comune, tali problemi di standardizzazione permangono anche con le soluzioni WEB EDI.

### Il portale web

La più classica delle soluzioni: esteriormente ci si trova di fronte a un comune sito web.

Infatti le modalità di fruizione sono le stesse, con la differenza che *l'accesso viene riservato solo ai fornitori, terzisti, direttori produzione e logistica, distri-*



Nordest Informatica srl  
Net-prime srl  
SolutiOne Sp.z.o.o.

Una squadra nell'arena  
dell'Information Technology

Il gruppo costituito da queste tre aziende è forte di un'esperienza pluriennale nel campo informatico al servizio delle imprese, coprendo diversi ambiti di competenza: gestione e pianificazione, logistica, crm, applicazioni web, tecnologia di supporto. Tre realtà, un solo scopo: creare efficienze economico-organizzative per le aziende.

[www.neinformatica.it](http://www.neinformatica.it)

butori autorizzati.

Così questi soggetti hanno a disposizione una piattaforma comune su cui possono visionare, realizzare o aggiornare i documenti di interesse.

Sicuramente il portale permette una condivisione e uno scambio di informazioni più facile rispetto agli EDI, oltre alla possibilità di realizzare progetti di sviluppo collaborativo del prodotto.

*Rimane un problema: la reale integrazione di fornitori e terzisti.* Questi infatti devono imparare ad usarlo e, trovandosi a lavorare con aziende diverse, devono acquisire le diverse modalità di interazione proprie di ciascun portale.

## lungoProcurement

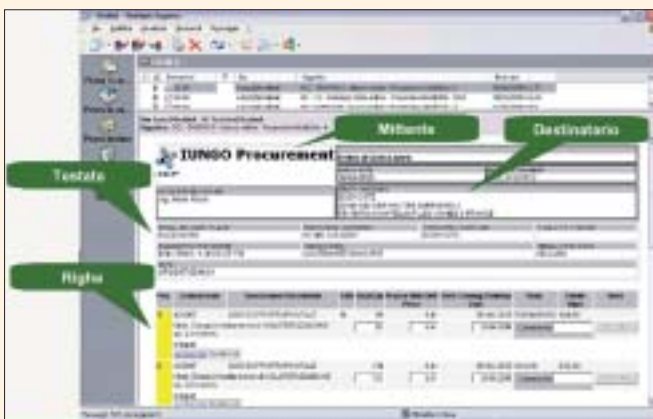
Accanto alle soluzioni più classiche viste finora, merita una menzione particolare un prodotto nuovo come **lungoProcurement**, soluzione che va ad occuparsi specificamente della gestione dell'ordine.

**lungo** è un'applicazione web che realizza quella che viene chiamata una eSupply chain.

Si tratta di semplici comandi presenti nei messaggi di posta elettronica e gestiti in automatico dal programma lungoProcurement.

Concretamente: **lungoProcurement** fa quello che le aziende già fanno, cioè inviare messaggi e-mail.

La differenza? Con lo stesso messaggio si aggiornano immediatamente le informazioni e si monitorano la performance dei fornitori.



### Nel dettaglio:

- se oggi voi inviate e-mail al fornitore allegando l'ordine in formato pdf, grazie a **lungo** l'ordine viene riportato direttamente nel testo dell'e-mail e i contenuti diventano dinamici;
- i fornitori ricevono gli ordini con un qualunque programma di posta elettronica;
- il fornitore può confermare o proporre delle modifiche alle singole righe dell'ordine;
- l'azione del fornitore sul messaggio di posta viene au-



to automaticamente registrata su lungo;

- **lungo** fornisce un rapporto automatico sull'indice di collaboratività e il tempo di consegna medio del dato fornitore.

Il principio su cui si fonda è quello dell'*impatto zero*: meno disturbo subirà il fornitore, che non dovrà più utilizzare il portale o standardizzare diversi elementi del suo processo informativo, maggiori possibilità ci saranno di integrarlo.

**lungo** è dunque una soluzione non invasiva, a differenza delle precedenti.

Si tratta solo di un sistema di messaggistica e-mail, grazie al quale l'azienda ottiene i seguenti vantaggi: riduzione dei tempi di integrazione di terzisti e fornitori, gestione a costi bassi una rete anche molto articolata, monitoraggio e valutazione in tempo reale della performance dei fornitori.

## Cosa scegliere?

Abbiamo visto che l'obiettivo del supply chain management è integrare efficientemente tutti gli attori della catena della fornitura: a nostro avviso la terza strada si presenta dunque come quella preferibile.

È comunque fondamentale valutare attentamente le proprie specificità organizzative e logistiche, valutando quindi l'impatto in termini di costi- benefici.

È semplice: basta innovare con consapevolezza.

Applicazioni web e un partner tecnologico affidabile che analizzi e studi le peculiarità proprie di ciascuna azienda sono la base del successo e dell'ottimizzazione dell'investimento.

Ricordiamoci di questo: gestire i fornitori e terzisti attraverso strumenti tecnologici web-based è la strada per far fare un balzo in avanti alla propria produttività, minimizzando i costi di transizione, i tempi delle operazioni e riducendo gli errori relativi al trasferimento delle informazioni, specialmente se fornitori e terzisti sono perfettamente integrati.





a cura  
di Daniele  
Zanato

# vetrina delle novità

## Un saluto e un benvenuto a tutti i lettori

Sono lieto di curare questa rubrica dedicata alle novità di accessori che COLFERT propone nel mercato, portandole a Vostra conoscenza attraverso la ricerca di informazioni che riceviamo dai nostri fornitori e dalle nostre visite alle fiere di settore. Cercheremo in modo riassuntivo di far conoscere ai nostri lettori i prodotti che entrano a far parte del nostro magazzino, dando poi la possibilità di visionare o approfondire al meglio gli stessi articoli attraverso i nostri collaboratori esterni e interni. Ritengo sia importante condividere, attraverso questa documentazione, l'aspetto tecnico e commerciale di ciò che facciamo visionare, in quanto i nuovi articoli ci permettono di poter offrire a Voi e di conseguenza al Vostro cliente finale una più ampia gamma di soluzioni ed essere costantemente aggiornati su quanto il mercato ci offre di nuovo.

### ISOTEK

**Pannello in polistirene espanso ricoperto di adesivizzante e protetto da carta siliconata da togliere prima dell'uso**



#### Impiego

Adatto per costruire elementi di tamponamento

#### Dati tecnici

b. mm. 600 x h. mm. 1200 spessore mm. 17

### LINCE

**Cilindro europeo con sicurezza antitrapano e controllo accessi meccanico**

#### Impiego

Per qualsiasi serratura da infilare con cilindro

#### Dati tecnici

Finitura ottone nichelato, dotato di tre chiavi titolari (blu), tre chiavi servizio (gialle), una chiave che disattiva (rossa) e una chiave che attiva (verde)



### MARIVA

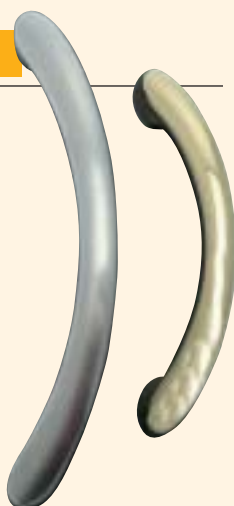
**Maniglione modello ARCO in ottone. interasse mm. 200 o mm. 300**

#### Impiego

Adatto per portoncini di ingresso di qualsiasi tipologia.

#### Dati tecnici

Finitura ottone lucido, PVD, cromo satinato e brunito, interasse mm. 200 o mm. 300



### MOTTURA

**Ferroglietto da applicare per cilindro europeo**

#### Impiego

Adatto per scuri in legno, in PVC e alluminio

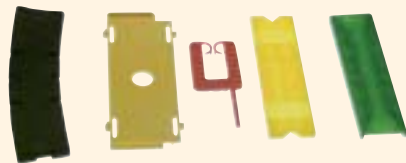
#### Dati tecnici

Tripla chiusura o solo verticale, dimensioni mm. 292x53x24, finitura verniciato nero, aste in alluminio verniciate nere e defender di protezione cilindro



### GLUSKE BKV

**Spessore per il montaggio dei vetri**



#### Impiego

Distribuiscono il peso del vetro sul telaio assicurando la distanza tra vetro e anta, garantendo un montaggio del vetro senza forzature

#### Dati tecnici

Dai colori si riconosce l'altezza dello spessore, è disponibile su richiesta il manuale dello spessoramento vetri

### BAUXT

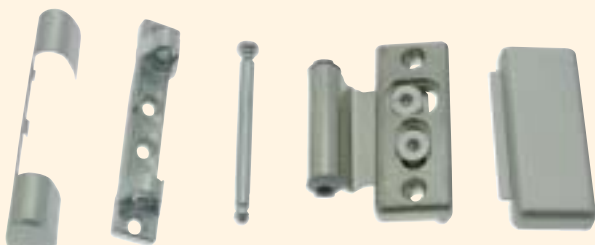
**Certificato di trasmittanza termica del portoncino blindato modello SUPERIOR**

Valore UD calcolato è di 2,20 Wm<sup>2</sup>K, disponibile su richiesta il documento



## SIEGENIA AUBI

### Cerniera per terza anta con portata Kg 80



#### Impiego

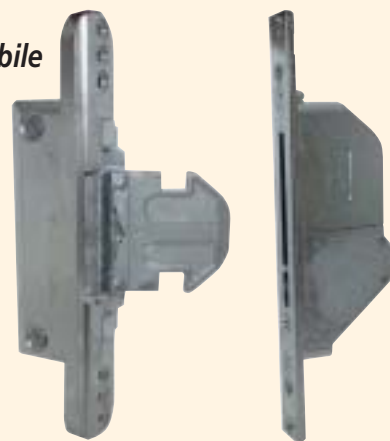
Per serramenti in legno e PVC

#### Dati tecnici

Portata Kg 80

## SIEGENIA AUBI

### Cerniera a scomparsa per portoncino regolabile su tre assi



#### Impiego

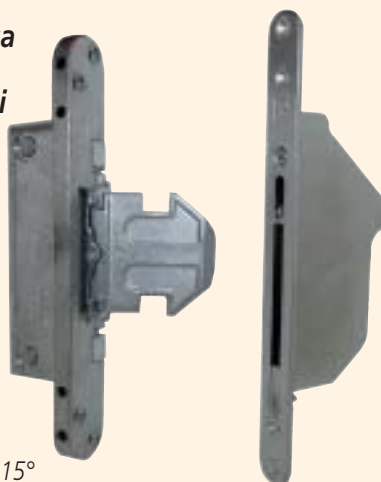
Per serramenti in alluminio con battuta

#### Dati tecnici

Portata Kg 150, apertura 115°

## SIEGENIA AUBI

### Cerniera a scomparsa per portoncino regolabile su tre assi



#### Impiego

Per serramenti in legno con battuta

#### Dati tecnici

Portata kg 150, apertura 115°

## FISCHER

### Tassello per il fissaggio negli isolamenti termici



#### Impiego

Adatto per carichi sospesi in edifici termicamente isolati - fermaimposte - cassette delle lettere - lampade esterne - ecc.

#### Dati tecnici

Elimina il ponte termico, fissaggio universale per tutti i tipi di materiale da costruzione

## OTLAV

### Cerniera modello BIXACTA regolabile



#### Impiego

Adatta per portoncini e portefinestre in PVC e sistemi misti tipo alluminio legno.

Applicabile a sistemi con interasse mm. 13

#### Dati tecnici

Facile da regolare, tempi di installazione ridotti e vasta gamma di cappucci con diversi stili, finiture e tipologie di materiali: ABS, alluminio e ottone massiccio

## BIENNEBI

### Fermascuro magnetico in ottone



#### Impiego

Adatto per scuri di qualsiasi tipologia.

#### Dati tecnici

Disponibile nelle finiture bianco e cromo satinato



## Semplice – veloce – stabile



Maniglie HOPPE con Quadro rapido si montano in ca. 8 secondi.

Il meccanismo di bloccaggio integrato garantisce una riduzione del tempo di montaggio del 75% rispetto al montaggio tradizionale.

Vuole conoscere i vantaggi del Quadro rapido HOPPE? Richieda il depliant "Semplice - veloce - stabile" a [info.it@hoppe.com](mailto:info.it@hoppe.com).