

TECNOGRAMMA

02/2000

■ L'evoluzione dello scorrevole complanare MAICO

Lo scorrevole complanare è sempre più richiesto dal mercato negli ultimi anni, soprattutto grazie ai vantaggi che questa tipologia di serramento garantisce:

- possibilità di utilizzo di un'**ampia vetrata** e dunque anche di un vetro piuttosto pesante;
- **poco ingombro** determinato dallo scorrere della portafinestra rispetto alla sua apertura verso l'interno del locale;
- **tenuta** sempre maggiore agli agenti atmosferici;
- non richiede la lavorazione di una profilatura particolare.



■ L'EVOLUZIONE

Negli ultimi anni MAICO ha studiato molto attentamente le esigenze non solo dell'utente finale, ma anche e soprattutto naturalmente dei serramentisti, sviluppando un sistema completo per i propri clienti.

■ LE NUOVE CARATTERISTICHE

che valgono indistintamente sia a favore del serramentista, che di conseguenza del suo cliente:

- **Portata aumentata a 200 kg**,
con la possibilità dunque di poter realizzare vetrate ancora più ampie.
- **Tre soluzioni**,
con altrettanti sistemi per poter rispondere a tutte le esigenze dell'utente finale e che facilitano proprio quest'ultimo nell'apertura e nella chiusura

delle ante (soprattutto bambini e anziani) senza dover cambiare la lavorazione.

• Quattro colori

Si può scegliere tra 4 diversi colori delle coperture, senza per questo dover mettere a magazzino tutti i componenti per ciascun colore, perchè i carrelli sono grezzi.

• Magazzino standard

Oltre a carrelli e binari, per la realizzazione degli scorrevoli complanare MAICO può essere utilizzata la ferramenta standard per anta ribalta.

Periodico Tecnogramma

Sped. in A.P. 70% - Filiale Bolzano
N° 2/2000
Autoriz. Dir. Prov. BZ N°. 3399/R4
Registrato tribunale di Bolzano N°. 1/91RST
Direttore Responsabile E. Krumm
Direttore W. Reisigl, Cas. post. N. 20 S. Leonardo
Rotolongo SpA Via Kravoggl 7 - Bolzano

INDICE TECNOGRAMMA 2/2000	
PAGINA	ARGOMENTO
1	SCORREVOLE COMPLANARE RS
	<ul style="list-style-type: none"> • L'EVOLUZIONE DELLO SCORREVOLE COMPLANARE MAICO
1-3	<ul style="list-style-type: none"> • LE NUOVE CARATTERISTICHE
4	<ul style="list-style-type: none"> • I TRE SISTEMI RS: CN - AA - CF
	NEWS FLASH INNOVAZIONE TECNOLOGICA MAICO CONTINUA
5	<ul style="list-style-type: none"> • COMFORT PER PORTA BALCONE
5	<ul style="list-style-type: none"> • FISSAGGIO STABILE DI PERSIANE IN ALLUMINIO OPPURE PVC
7	<ul style="list-style-type: none"> • CONFEZIONE SPAGNOLETTA CON MANIGLIA CORTA
14	<ul style="list-style-type: none"> • NUOVO SCROCCO SERRATURA CON INVITO
14	<ul style="list-style-type: none"> • NUOVA PIASTRA PER CERNIERA A RIBALTA
6	MAICO INSIDE
	<ul style="list-style-type: none"> • DA DISTINTIVO DI QUALITÀ AD ARGOMENTO DI VENDITA • QUALITÀ VISIBILE PER I CLIENTI MAICO • COME OTTIENE QUESTO MARCHIO IL COSTRUTTORE ?
8	FORBICE AERAZIONE CONTINUA
	<ul style="list-style-type: none"> • MIGLIORARE LA QUALITÀ DI VITA AERANDO CORRETTAMENTE • COME MANTENERE I VALORI IDEALI DI UMIDITÀ IN UN LOCALE? • LA SOLUZIONE IDEALE?
9-11	RELAZIONE MACO CONGRESS - III PARTE
	<ul style="list-style-type: none"> • NUOVI CONCETTI DI MARKETING PER IL SETTORE DEL SERRAMENTO
12-13	ISOLA
	<ul style="list-style-type: none"> • NEL SETTORE DELLE GUARNIZIONI PER PORTE IL PASSAGGIO ALLE GUARNIZIONI "ACTIVE" CONQUISTA IL MERCATO
15	PROGRAMMI DI PRODUZIONE
	<ul style="list-style-type: none"> • PROGRESS 2000, UN SOFTWARE PONTE NELLE DIVERSE REALTÀ DELLA PRODUZIONE E DELLA RIVENDITA DEI SERRAMENTI

INNOVAZIONE MAICO SCORREVOLE COMPLANARE INNOVAZIONE MAICO SCORREVOLE COMPLANARE

continua da pagina 1

Al cliente potrà dunque essere offerto un serramento speciale per le sue esigenze, senza per questo dover preventivamente rifornire il magazzino di ferramenta speciale.

- **Montaggio razionale,**

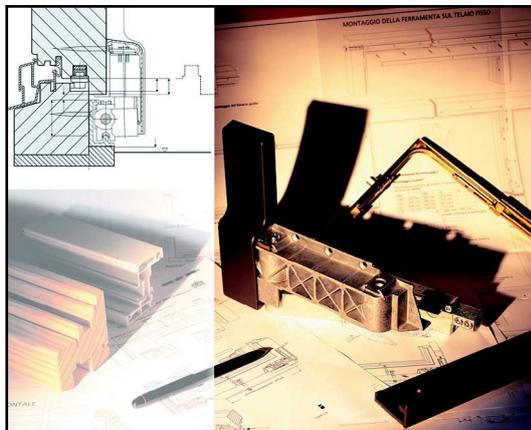
grazie alla dima particolare per preforare i fori di fissaggio dei carrelli e la semplicità di regolazione dell'anta.

- **Informazione completa,**

con le istruzioni di montaggio semplici e disponibili su carta oppure in forma elettronica, grazie al supporto tecnico/informatico a disposizione del serramentista: MaicoWin.

- **Spessori di profili spessi:**

grazie allo scostamento anta più ampio si possono realizzare scorrevoli anche con profili più spessi, per esempio profili misti (legno/alluminio oppure alluminio/legno).

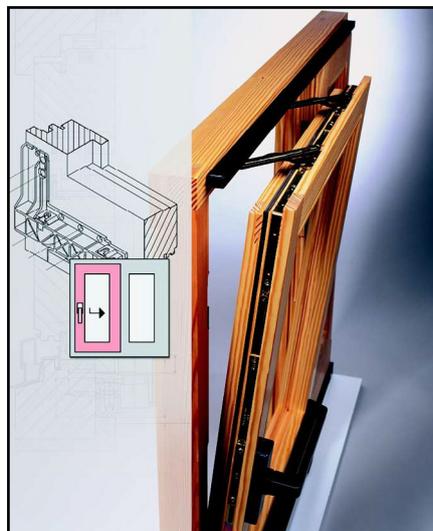


Montaggio razionale e nessun bisogno di realizzare una profilatura particolare per lo scorrevole complanare MAICO.



- **Chiusura della seconda anta**

Può avvenire attraverso un'asta a leva (solo versione comando forzato) oppure con la seconda maniglia simmetrica asportabile.



Sulla pagina seguente vediamo
■ I TRE SISTEMI NEL DETTAGLIO

INNOVAZIONE MAICO SCORREVOLE COMPLANARE INNOVAZIONE MAICO SCORREVOLE COMPLANARE

continua da pagina 3

La soluzione che fa al caso specifico

Trovare e proporre la giusta soluzione con l'ampia scelta garantita dalle diverse esecuzioni è un'altra garanzia che questa soluzione costruttiva offre: vediamo le tre soluzioni.

■ SCORREVOLE COMPLANARE CON COMANDO NORMALE

Lo standard che unisce tutti i vantaggi di uno scorrevole con quelli di una finestra di qualità con la possibilità inoltre di montare accessori antieffrazione.



SCORREVOLE COMPLANARE RS CON COMANDO NORMALE
Meccanismo per anta ribalta di alta qualità Multi Trend in combinazione con un qualificato sistema scorrevole complanare.

■ SCORREVOLE COMPLANARE CON AGGANCIAMENTO AUTOMATICO

caratterizzato dal meccanismo di chiusura automatica. Più funzionale nell'apertura e chiusura del serramento, che ne risulta facile e comoda. Particolarmente indicato dunque per portefinestre grandi e pesanti, che possono così essere movimentate da chiunque senza fatica, senza dover spingere la porta in fase

di chiusura oppure tirarla quando la si vuole aprire.



SCORREVOLE COMPLANARE RS CON AGGANCIAMENTO AUTOMATICO

All'apertura, il battente si predispose automaticamente allo scorrimento tramite la semplice rotazione verso l'alto della maniglia, cosicché basta farlo scorrere. In chiusura, il battente si aggancia automaticamente e si posiziona in ribalta. A questo punto lo si chiude come in una normale finestra ad anta ribalta.



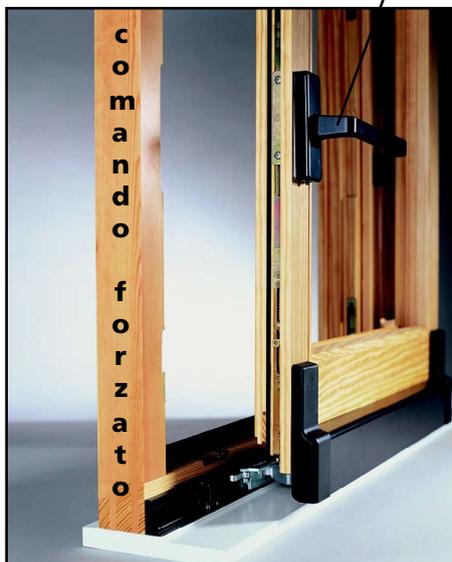
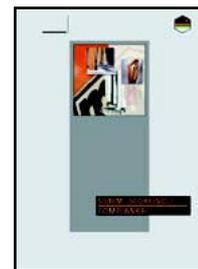
Protezione antieffrazione di serie grazie al nottolino a fungo.

■ SCORREVOLE COMPLANARE CON COMANDO FORZATO

con meccanismo completamente automatico: si chiude da solo, attraverso l'azionamento della maniglia. Consigliato soprattutto in zone particolarmente ventose, per ante piuttosto grandi che possono diventare dei veri ostacoli. Standard è inoltre la speciale sicurezza contro la chiusura accidentale dall'esterno.

SCORREVOLE COMPLANARE RS CON COMANDO FORZATO

Grazie al meccanismo del comando forzato, il battente viene automaticamente premuto o distanziato dal telaio, tramite la semplice rotazione della maniglia.



Richiedeteci il nuovo prospetto degli Scorrevoli Complanari RS MAICO:

- e-mail: i.gufler@maico.com
- fax: +39 0473 65 14 50
- al nostro area manager

oppure al rivenditore di fiducia.

Oggetto: Nuovo prospetto RS

Fermapersiana Comfort per portabalcone

Nel caso di una portabalcone con ringhiera - ovvero senza balcone - come bloccare la persiana assicurandola al muro con comodità e soprattutto senza doversi sporgere pericolosamente verso l'esterno?

Il tradizionale fermaporta in questo caso risulta troppo distante per poter essere azionato.

Il nuovo fermapersiana comfort MAICO, fin'ora disponibile solo per l'applicazione su finestre, è stato concepito anche per persiane di portabalcone.

Bloccare e sbloccare la persiana di una porta-balcone diventa così ora facile, perché la leva di azionamento si trova a portata di mano.



Fissaggio stabile di persiane in alluminio o PVC - ora anche per il montaggio a muro

Nelle persiane in alluminio oppure PVC, il fissaggio della bandella nella posizione ideale secondo la particolare struttura del profilo, oppure secondo i suoi rinforzi interni, spesso si rivela difficile.

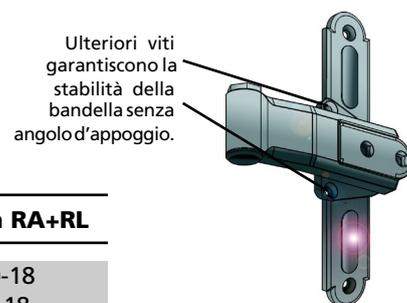
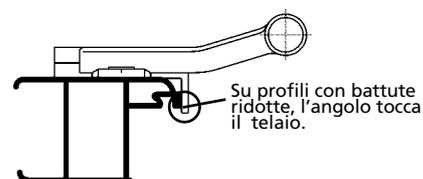
MAICO ha studiato una bandella per il montaggio a muro, che viene liberamente posizionata sul profilo, in maniera che il fissaggio delle viti avviene nella giusta posizione del profilo, andando così anche ad aumentare la stabilità delle persiane nel tempo.

Questa flessibilità di posizionamento è data dalle bandelle che non hanno il tradizionale angolo di rinforzo. La mancanza di questo angolo permette il libero posizionamento della bandella, oltre ad un asse di rotazione variabile da 0 a 45 mm, a seconda della grandezza della bandella utilizzata.

Per garantire comunque un adeguato fissaggio della bandella sul profilo, pur mancando l'angolo di appoggio, sono stati predisposti i fori per fissare due viti sul limite estremo della bandella stessa.

La mancanza dell'angolo permette inoltre l'utilizzo su persiane con altezza della battuta inferiore a 15 mm; in tal caso l'angolo toccherebbe infatti il telaio della persiana.

La bandella può essere utilizzata in combinazione con i cardini standard del programma a muro MAICO.



Codice	Bandella a muro a croce con RA+RL
M10557	AA = 0 - nero - GO = 22 - CR = 0-18
M10558	AA = 0 - nero - GO = 37 - CR = 0-18
M10559	AA = 0 - nero - GO = 47 - CR = 0-18
M10560	AA = 0 - nero - GO = 5 - CR = 25-45
M10561	AA = 0 - nero - GO = 37 - CR = 25-45

MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE

MAICO Inside

DA DISTINTIVO DI QUALITÀ AD ARGOMENTO DI VENDITA

Diventa sempre più difficile spiegare al cliente i reali pregi qualitativi delle sue finestre.

Con "MAICO Inside" MAICO mette nelle mani del produttore di finestre uno strumento che gli facilita l'argomentazione di vendita.

Ciascun produttore di finestre sostiene di produrre un serramento di assoluta qualità. L'acquirente spesso è impotente di fronte a questa asserzione e si lascia convincere dalle parole di chi ha di fronte.

Con tutta una serie di iniziative, MAICO mira ad informare l'utilizzatore finale in merito alla tecnologia dei serramenti, così come a sensibilizzarlo sulle caratteristiche qualitative della finestra.

In particolare con l'azione "MAICO Inside" si vuole che l'attenzione del cliente finale si soffermi sull'< interno della finestra >.

MAICO Inside, che altro non vuol dire se non "dentro c'è Maico" deve attirare l'attenzione del cliente sulla qualità dei componenti di ferramenta utilizzati.

Il costruttore di finestre ha oltremodo così la possibilità di esaltare un'importante caratteristica qualitativa della sua finestra nonché di utilizzarla come argomento di vendita.



Come analogamente avviene nel settore informatico, così anche per il produttore di finestre spesso non risulta facile spiegare la qualità dei componenti utilizzati e quanto questi possano determinare in modo incisivo la qualità del prodotto finito, questo perché il cliente in genere non ha dimestichezza con i dettagli tecnici.

L'industria informatica ha risolto questa problematica con la creazione di "identità di marchi" per i componenti più importanti (vedi per es. i microprocessori "Intel").

Con l'applicazione del contrassegno "MAICO Inside" sul serramento e sul materiale informativo ad esso allegato, si crea un'identità del marchio che porta il messaggio: "Questo produttore di finestre ha utilizzato solo componenti altamente qualitativi per la sua finestra".

Questo è di aiuto al consumatore finale per prendere la sua decisione e facilita il costruttore nella differenziazione rispetto ai suoi concorrenti.

QUALITÀ VISIBILE PER I CLIENTI MAICO

Il contrassegno di qualità „MAICO Inside" può essere utilizzato da tutti i clienti MAICO, che lo potranno applicare su tutti i serramenti da loro costruiti esclusivamente con la ferramenta di qualità MAICO.

Questo contrassegno può essere stampato anche su tutti i prospetti e cataloghi del produttore di finestre.

Naturalmente la condizione è anche in questo caso che il contenuto di tale materiale di comunicazione riguardi esclusivamente prodotti realizzati con i componenti qualitativi MAICO.

MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE MAICO INSIDE

In proposito MAICO mette a disposizione il contrassegno "MAICO Inside" in due diverse forme:

- come adesivo per le finestre;
- in forma digitale per l'utilizzo su stampati.

COME OTTIENE QUESTO CONTRASSEGNO IL PRODUTTORE DI FINESTRE

Gli interessati possono rivolgersi ad un collaboratore MAICO esterno, così come ad uno interno e richiedere la quantità di adesivi di cui si necessita.

Il ricevimento del contrassegno in formato digitale può essere richiesto a piacimento per e-mail oppure per posta tradizionale su un dischetto.



QUALITÀ VISIBILE DEI CLIENTI MAICO

Il contrassegno di qualità "MAICO Inside" può essere applicato da tutti i clienti MAICO sui serramenti realizzati esclusivamente con componenti qualitativi MAICO.

Può essere inoltre stampato su tutti i relativi prospetti e cataloghi del produttore del serramento stesso.

La richiesta è da inoltrare in questo caso al numero fax: 0473-651460 oppure all'indirizzo e-mail: a.march@maico.com

Nella prossima uscita di Tecno-gramma sarà trattata un'altra iniziativa MAICO a sostegno della vendita dei propri clienti.

INNOVAZIONE MAICO FLASH NEWS INNOVAZIONE MAICO FLASH NEWS INNOVAZIONE MAICO FLASH

Confezione spagnoletta con maniglia corta

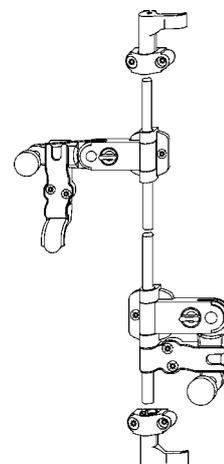
Semplificato e razionalizzato il processo di ordine del materiale per il serramentista con l'introduzione di una confezione per la spagnoletta con maniglia corta, composta da:

- maniglia spagnoletta corta M20026
- staffa di chiusura per spagnoletta M36574
- aggancio per staffa di chiusura M36573
- guida asta centrale a "C" M36907

Se la confezione è compresa di griffe di chiusura (M27016), ha codice articolo M10675.

Se invece è compresa di griffe autoregolanti (M28583), il codice è M10676.

L'obiettivo di razionalizzare il processo di ordine del materiale da parte del serramentista è così raggiunto, ferma restando la possibilità di poter continuare ad ordinare singolarmente gli articoli in essa contenuti.



INNOVAZIONE MAICO FORBICE AERAZIONE CONTINUA INNOVAZIONE MAICO FORBICE AERAZIONE

Forbice aerazione continua

MIGLIORARE LA QUALITÀ DI VITA AERANDO CORRETTAMENTE

All'evoluzione e di conseguenza all'aumento della qualità nelle costruzioni, si accompagna anche la problematica di una corretta aerazione delle stanze di cui un edificio è composto.

Questo per rendere sempre migliore la qualità di vita di coloro che abitano le stanze, nonché per evitare il formarsi ad esempio di muffe a causa di un'eccessiva umidità.

Sappiamo che la temperatura ideale di una stanza si aggira tra i 20° e i 22°C e che il tasso di umidità non dovrebbe essere superiore al 65% e non inferiore al 35%.

Pensiamo per un momento a quanti fattori oggi contribuiscono ad aumentare l'umidità all'interno di una stanza (vedi tabella 1):

le persone stesse che la occupano, in primo luogo e, non da meno, tutti gli elettrodomestici utilizzati. Ci è chiaro dunque quanto importante sia tenere sotto controllo tali valori.

COME MANTENERE I VALORI IDEALI DI UMIDITÀ IN UN LOCALE

Per avere costantemente tali valori ottimali, è necessaria un'aerazione <controllata e naturale> nelle stanze – ovvero bisogna garantire un cambio d'aria senza che questo comporti una dispersione di energia e senza diminuire a questi scopi la qualità della costruzione, ovvero la tenuta delle finestre (estremamente sconsigliabile anche in funzione dell'ultimo decreto ministeriale sulla certificazione energetica).



Aerazione semplice – con la nuova forbice MAICO

Oggi sul mercato esistono diverse soluzioni, più o meno funzionali, per garantire una corretta aerazione degli ambienti.

FONTI DI PRODUZIONE UMIDITÀ	UMIDITÀ CORRISPONDENTE PER ORA
PERSONA CHE DORME	40 g/h
PERSONA IN ATTIVITÀ NORMALE	90 g/h
CUCINARE	1000 g/h
LAVATRICE	300 g/h
DOCCIA	2600 g/h

Tabella 1

Ad esempio, c'è la possibilità di applicare ventilatori elettrici alle finestre, in modo da regolare lo scambio d'aria tra l'interno e l'esterno.

Questi sistemi sono naturalmente validi e funzionali, con l'unico punto debole che sta nel costo, considerevolmente elevato per l'utente finale.

Altri sistemi funzionano invece per esempio come impianti integrati, come quelli dell'aria condizionata.

LA SOLUZIONE IDEALE?

Pratica e semplice da applicare: la nuova forbice anta/ribalta per aerazione continua MAICO.

Ha le stesse funzioni di una forbice per anta/ribalta standard, con l'innovativa aggiunta della funzione di apertura della finestra in posizione di aerazione, allo scopo di aerare l'ambiente interno in modo intelligente.

La differenza sta nell'apertura tra posizione di ribalta tradizionale (125 mm) e posizione di aerazione, che è di 10-13 mm.

Per portare la finestra in questa posizione, è sufficiente ruotare la martellina di 45°.

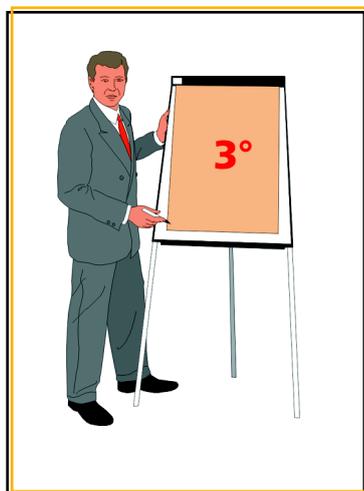
Una tale riduzione nell'apertura fa sì che anche d'inverno la finestra possa rimanere in posizione di ribalta, senza che questo comporti l'entrata di troppa aria fredda e dunque un eccessivo abbassamento della temperatura interna e senza dispersione energetica.

La nuova forbice per aerazione MAICO non necessita di alcuna lavorazione particolare della finestra e può essere integrata anche in un secondo momento.

E' disponibile in MAICO da subito e, per facilitare la comprensione del funzionamento della martellina all'utente finale, MAICO mette inoltre a disposizione degli appositi adesivi sui quali viene appunto descritto e spiegato il corretto utilizzo.

Tali adesivi sono applicabili sul Vostro serramento, contribuendo così oltretutto ad un'efficace e mirata visualizzazione delle sue pregiate caratteristiche tecnico/funzionali, ovvero del suo valore.

NUOVI CONCETTI DI MARKETING PER IL SETTORE DEL SERRAMENTO - RELAZIONE MACO CONGRESS PARTE III



Indice:

1. Che cos'è il marketing?
2. Il tempo da dedicare al marketing
3. Il piano di marketing
4. L'ideale di sviluppo dell'impresa
5. L'analisi del mercato
6. L'analisi dell'impresa
7. **Le questioni strategiche più salienti**
8. **Gli obiettivi strategici**
9. **Gli obiettivi di marketing**
10. **I segmenti di mercato**
11. **L'esigenza dei clienti e i servizi dell'impresa**
12. **Gli appalti pubblici**
13. **Le imprese edili**
14. **Architetti e progettisti**
15. **L'edilizia civile nuova**
16. **Il settore delle ristrutturazioni edilizie**
17. **I committenti industriali e artigianali**
18. **Gli strumenti del marketing**
19. **La configurazione dell'offerta sul mercato**
20. La politica dei prezzi
21. La strategia distributiva
22. La gestione del mercato
23. La pubblicità
24. La promozione delle vendite
25. La vendita
26. Come concretizzare un piano di marketing
27. Conclusioni

7. Le questioni strategiche più salienti

A questo punto, giunge il momento in cui dovete confrontare le opportunità del mercato coi pregi e i punti deboli dell'impresa, valutando in quali settori dovete potenziarvi per cogliere meglio le opportunità offerte dal mercato.

Le cosiddette "questioni strategiche" sono, in pratica, quei quesiti critici che scaturiscono dall'analisi delle opportunità e dei rischi.

Supponiamo che la clientela manifesti delle aspettative sempre più elevate in termini di consulenza e di servizio e che nella vostra azienda siate in grado, con opportuni interventi formativi e gestionali, di ottenere un salto di qualità nei settori delle vendite e dei servizi. Ebbene, come potreste sfruttare al meglio questa vostra opportunità?

Nel segmento di mercato degli appalti pubblici, per esempio, i prezzi di vendita che si riescono a spuntare continuano ad essere piuttosto bassi, ma se vi rendete conto che nella vostra azienda ci sarebbero dei margini per ridurre i costi di produzione, vale la pena di chiedersi come utilizzarli nel modo migliore, in modo da rendervi più concorrenziali e poter presentare delle offerte più in linea con le reali opportunità di questo segmento.

Oppure potreste chiedervi se sul mercato ci sarebbero le condizioni per presentare una seconda linea di prodotti (con materiali, caratteristiche e prezzi diversi) In questo caso, è meglio produrre in proprio il secondo marchio o rilevarne uno già esistente? E come andrebbe gestita la distribuzione della seconda linea di prodotti?

Un altro quesito da porsi è di quali prodotti o servizi potreste fare a meno in futuro. Per esempio, quali dei valori aggiunti che attualmente date al cliente non vi vengono onorati per nulla? Capita che forniate un servizio, sostenendo anche dei costi aggiuntivi, ma che il cliente non considera di reale utilità? Altro esempio è quello delle ristrutturazioni, un mercato che continua ad essere molto articolato e promettente, ma dove i singoli clienti tendono a preferire delle offerte "chiavi in mano", non potendosi o volendosi occupare personalmente del coordinamento tra muratore, pittore, serramentista e artigiani vari. In questo caso, non sarebbe male chiedersi se, collaborando con professionisti di altri settori, non potreste predisporre e offrire voi dei servizi completi, cogliendo così le opportunità offerte da questo segmento.

Del resto, questo tipo di collaborazione già oggi funziona con successo in altri campi della ristrutturazione edilizia, come quello dei bagni o delle cucine. Un'altra questione strategica è quella dei canali di vendita. Supponiamo che vi rendiate conto che col vostro sistema attuale, basato sugli agenti di commercio, riuscite magari ad ottenere determinati risultati, ma che la grande distribuzione del "fai da te" vi stia sottraendo sempre più clienti grazie a prezzi e

servizi più convenienti. In questo caso sarebbe opportuno chiedersi se non valga la pena di integrare i vostri canali di distribuzione, istituendo una linea di rivendita diretta per gli utilizzatori finali, con prodotti o marchi che potreste produrre in proprio o rilevare da altri.

Vi sono poi sicuramente altre questioni strategiche che emergono confrontando i risultati dell'analisi del mercato, gli ideali di sviluppo dell'impresa e gli obiettivi aziendali, e a tali questioni occorre dare delle risposte, per stabilire dove e come attivarsi in futuro.

Talora, le questioni che si pongono possono essere anche molto semplici. Per esempio: che cosa possiamo fare per essere più conosciuti sul mercato? Magari i vostri clienti attuali sono molto soddisfatti dei vostri prodotti e servizi, ma come fanno i clienti potenzialmente nuovi, quelli ancora poco o per nulla informati sulla vostra azienda e i vostri servizi, a capire i vantaggi che potrebbero derivare loro da una collaborazione con voi?

8. Gli obiettivi strategici

Una volta effettuate queste valutazioni sul mercato e sulla vostra azienda, (coinvolgendo il più possibile i clienti, i dipendenti, i distributori ed altri esperti) e una volta individuate le risposte da fornire ai quesiti più salienti per l'impresa, è il momento di stabilire gli obiettivi strategici, formulandoli nel modo più efficace e mirato possibile.

In un'azienda, gli obiettivi strategici debbono riferirsi ai seguenti fattori:

- la posizione sul mercato e la caratterizzazione dell'azienda;
- le strategie di differenziazione dai concorrenti;
- gli obiettivi di commercializzazione e la quota di mercato auspicata;
- l'evoluzione futura dei prodotti e dei servizi;
- gli obiettivi per la produttività e i costi di produzione;
- gli obiettivi per le risorse umane.

Per esempio, in un'azienda come la vostra ci potrebbero essere i seguenti obiettivi strategici:

- produrre un serramento di qualità con una garanzia di servizio e assistenza postvendita di 5 anni;
- conseguire nel proprio territorio una quota di mercato del 35% entro il 2000;
- diventare il serramentista più all'avanguardia, acquistando professionalità attraverso l'innovazione.

È ovvio che potreste stabilire tanti altri obiettivi strategici, ma l'importante è che li formulate sempre in modo che risultino chiari, ambiziosi, realizzabili e

NUOVI CONCETTI DI MARKETING PER IL SETTORE DEL SERRAMENTO - RELAZIONE MACO CONGRESS PARTE III

con una scadenza precisa.

Nel contempo, cercate di combinare questi obiettivi con una buona dose di energia e di motivazione insieme allo staff dei vostri collaboratori, migliorando così l'identificazione e l'impegno di tutti in favore di obiettivi realmente condivisi, da conseguire con uno sforzo comune. Una volta formulati gli obiettivi, impegnatevi a realizzarli sul serio, e stabilite chiaramente delle priorità in modo da sapere fin dall'inizio da quali cominciare.

Anche in questo caso, è importante distinguere tra le cose da fare subito, quelle urgenti e quelle importanti per garantire o migliorare la liquidità e la redditività dell'impresa. Voi, per esempio, che cosa state facendo per sfruttare meglio i potenziali del mercato di oggi? E che cosa pensate di fare per l'evoluzione futura dei vostri prodotti e servizi? Avete scelto un orientamento strategico per la vostra impresa?

9. Gli obiettivi di marketing

Per il marketing, gli obiettivi vanno sempre formulati in termini dettagliati, seguendo le seguenti tappe:

- scegliere i segmenti di mercato o le categorie di clientela che si intendono servire;
- definire le esigenze di queste fasce di clientela;
- stabilire quali prodotti e servizi l'impresa fornirà a questa clientela.

10. I segmenti di mercato

Quali sono le categorie di clientela o i segmenti di mercato che vi interessano maggiormente? Quali state servendo oggi e quali vorreste servire negli anni a venire?

Se fate un elenco comparativo dei vari segmenti di mercato possibili, noterete facilmente in quale o quali di questi siete attualmente posizionati:

- appalti pubblici,
- imprese edili (fornitrici di progetti chiavi in mano),
- architetti e progettisti,
- edilizia civile nuova,
- ristrutturazioni,
- committenti industriali e artigianali.

È probabile che esistano molti altri settori in cui si potrebbe suddividere il vostro mercato, e il modo migliore per redigere un elenco del genere è quello di fare una breve statistica dei vostri clienti. Una volta fatto questo, ogni impresa deve chiedersi in quale settore intende posizionarsi.

Per esempio, quali segmenti di mercato ritenete che si svilupperanno in modo tale da fornirvi le migliori opportunità per consolidare la vostra posizione?

E quali, invece, in futuro perderanno probabilmente d'interesse per la vostra

azienda?

È importante che compiate una scelta al momento giusto, senza attendere troppo, e soprattutto senza aspettare che sia il mercato a costringervi a farla. Cercate di essere voi a definire che cosa volete per la vostra impresa, e stabilite di conseguenza un vostro piano di marketing e di sviluppo aziendale.

SUDDIVISIONI ALTERNATIVE DEI SEGMENTI DI MERCATO:

Altre possibilità di suddividere le categorie di clientela o i segmenti di mercato potrebbero essere le seguenti:

- per tipologia di committente (proprietari, architetti)
- per tipologia di edificio (edilizia civile, strutture industriali e produttive, case mono e bifamiliari)
- per genere di intervento (edifici nuovi, ristrutturazioni edilizie)

11. Le esigenze dei clienti e i servizi dell'impresa

Una volta stabilita una scala di priorità tra le varie fasce di clientela o di mercato, cercate di individuare quali sono le esigenze specifiche di questi clienti, e di stabilire di conseguenza quali prodotti e servizi l'impresa potrà o dovrà fornire per affermarsi in quel determinato segmento.

12. Gli appalti pubblici

In questo segmento, il criterio determinante continua ad essere quello del prezzo. Se quindi intendete puntare su questo settore, le scelte da compiere dovranno essere finalizzate a ridurre i costi di produzione, riducendo di conseguenza il numero e l'entità di servizi forniti.

13. Le imprese edili

Se un'impresa edile fornitrice di un progetto chiavi in mano guarda soprattutto all'offerta migliore, sotto il profilo delle prestazioni potreste chiedervi quali servizi o consulenze preliminari sarebbero utili al cliente nella definizione del capitolato, ma anche quali strumenti o modalità avete per presentare più efficacemente i vostri servizi ai committenti e ai loro responsabili.

14. Architetti e progettisti

Come è noto, un architetto ha due esigenze fondamentali: da un lato vuole poter realizzare le proprie idee e dare forma alla propria creatività, ma dall'altro vuole anche poter utilizzare i materiali migliori, acquistandoli alle migliori condizioni possibili. Da queste esigenze discendono direttamente i servizi che il serramentista può e deve fornire al progettista.

Per tradurre in pratica le proprie idee,

l'architetto necessita di una buona consulenza tecnica, ed anche di un affiancamento efficace nella progettazione e nell'esecuzione dei lavori.

Inoltre, per aiutare l'architetto ad individuare le soluzioni tecniche economicamente più convenienti, il serramentista dovrebbe intervenire fin dalla fase in cui si definiscono i capitolati, presentando una serie di argomentazioni in favore dei propri prodotti, tali da risultare convincenti sia per il progettista, sia per il committente dei lavori.

15. L'edilizia civile nuova

Chi si costruisce una casa nuova, ha prima di tutto l'esigenza di scegliere, con cognizione di causa, il tipo di prodotto più idoneo, al massimo livello di qualità ottenibile ad un prezzo conveniente. In questo caso, dunque, il serramentista deve consigliare correttamente il cliente, fornendogli gli elementi per decidere, e facendogli capire che non deve considerare soltanto il prezzo d'acquisto al momento dell'investimento iniziale.

Un vantaggio che il cliente potrebbe apprezzare molto è quello della possibilità di integrare in un secondo tempo le soluzioni scelte, per esempio grazie a sistemi modulari. In pratica, potrebbe acquistare inizialmente solo la dotazione minima, sapendo però che non appena avrà a disposizione le risorse economiche necessarie potrà far installare anche sistemi di sicurezza, dispositivi elettrici e così via.

16. Il settore delle ristrutturazioni edilizie

Quando un proprietario è già fermamente intenzionato ad eseguire dei lavori di ristrutturazione, di solito è già orientato verso soluzioni che, al di là del prezzo di vendita iniziale, gli diano garanzie di durata e di affidabilità del prodotto.

Il compito del serramentista, quindi, è soprattutto quello di svolgere la propria attività di consulenza, progettazione ed esecuzione dei lavori in modo tale da rendere visibili i vantaggi che egli è in grado di fornire al cliente.

A volte, invece il proprietario non ha ancora deciso di ristrutturare, sente il desiderio di migliorare la propria qualità abitativa, ma ancora non sa bene quali lavori potrebbe eseguire e quali vantaggi questi gli garantirebbero. In questi casi, ciò che il cliente più si aspetta da un artigiano o da un fornitore è una motivazione concreta a prendere una decisione non ancora del tutto maturata. Che cosa potreste fare, dunque, per destare il suo interesse e per convincerlo che coi vostri prodotti e i

NUOVI CONCETTI DI MARKETING PER IL SETTORE DEL SERRAMENTO - RELAZIONE MACO CONGRESS PARTE III

vostrì servizi potrà avere un guadagno reale in comodità e qualità?

Quali altre aspettative nutrono poi questi clienti? E quindi, quali altri servizi potreste offrire loro? Per esempio, sareste in grado di offrire servizi integrativi per la direzione o il coordinamento dei lavori, oppure per l'ottenimento di contributi edilizi, in modo da incrementare l'utilità complessiva delle vostre prestazioni per il cliente?

Nei due segmenti di mercato dell'edilizia nuova e delle ristrutturazioni, l'imprenditore dovrebbe sempre chiedersi se non siano possibili collaborazioni con altre imprese del settore che aumentino l'utilità dei propri servizi per i committenti, o che comunque soddisfino meglio le loro esigenze. Già oggi, del resto, nel campo delle ristrutturazioni esistono esempi assai incoraggianti di collaborazioni tra imprese artigianali assai apprezzate dai proprietari (per esempio nella ristrutturazione dei bagni).

17. I committenti industriali e artigianali

Qualsiasi impresa, industriale o artigianale che sia, vuole prima di tutto guadagnare dei soldi, e per farlo è anche disposta ad investire nella propria immagine per fare piú bella figura coi propri clienti e riuscire, in ultima analisi, a guadagnare ancora piú soldi.

E voi che tipo di prestazioni siete in grado di fornire a questo tipo di clientela? Come convincete questi committenti dell'utilità e del vantaggio economico di acquistare dei serramenti da voi piuttosto che da altri? Non può essere che, in determinate circostanze, il prodotto piú indicato per questi clienti sia quello piú costoso, perché migliora molto di piú la loro immagine agli occhi della loro clientela, rendendoli cosí piú competitivi rispetto ai loro concorrenti?

18. Gli strumenti del marketing

Il marketing ha, ovviamente, una serie di strumenti operativi di cui fanno parte soprattutto la configurazione dell'offerta sul mercato, la definizione dei prezzi di vendita, la distribuzione e la gestione del mercato.

19. La configurazione dell'offerta sul mercato

• Il prodotto

Per un'impresa, esistono varie possibilità di configurare la propria offerta sul mercato.

Per esempio, voi come definite la qualità dei vostri prodotti, e qual è il loro grado di dotazione tecnica? Oltre al prodotto in sé, di quali altri servizi integrativi si compongono le prestazioni

che fornite ai clienti? Come gestite e migliorate la vostra professionalità aziendale per saper fornire ai clienti le soluzioni piú ottimali?

Dal punto di vista della configurazione del prodotto, un serramento si può presentare, a seconda della qualità e della dotazione tecnica, nei seguenti modi:

- serramento standard (tecnologia innovativa e massima qualità);
- serramento con dotazione tecnica speciale (versione lusso) attrezzabile con sistemi di sicurezza, maniglie, coprifascia, protezione termica e solare, lavorazioni e verniciature speciali, guarnizioni speciali, materiali particolari (legno, legno e alluminio ecc.);
- serramenti speciali e con funzioni aggiuntive, finestre con attrezzatura elettronica (per esempio apertura elettronica, controllo automatico della protezione solare ecc.), applicazione di materiali e design innovativi, versioni speciali per l'architettura ecologica.

E voi che cosa fate per distinguervi coi vostri prodotti, per esempio utilizzando alcune delle soluzioni proposte da MACO per la ferramenta? E come cercate di far capire ai clienti i vantaggi dei vostri serramenti rispetto a quelli della concorrenza?

Come riuscite a far percepire al cliente il valore dei vostri prodotti? Quali strumenti o argomentazioni adottate per non far apparire scontate, e quindi senza valore, alcune caratteristiche del serramento come la funzionalità, la durata, il servizio e cosí via?

Come configurate i vostri prodotti in modo da garantirne la modularità, con la possibilità di ampliare ed integrare le versioni base? I vostri serramenti si prestano ad essere attrezzati anche in un secondo tempo con sistemi di sicurezza o di azionamento automatico? Come dovrebbe essere la versione base per garantirvi delle opportunità di mercato anche per il futuro? Quale sarebbe la sua utilità per il cliente, e quali possibilità avrebbe la vostra impresa di renderla visibile ed apprezzabile?

Quali vantaggi potrebbe comportare, per un proprietario che ristruttura, un serramento con profili sottili, traversine asportabili (per la pulizia), profili trasversali piú stretti, versioni speciali ecc.?

Un altro esempio di maggiore utilità del vostro servizio per il cliente è quello della collaborazione con altri artigiani o imprese, che gli consenta di avere meno

interlocutori e un coordinamento piú efficace dei lavori.

Come potreste organizzare la consulenza in modo da convincere il cliente a scegliere la soluzione migliore? E come potreste gestire la progettazione e la stesura del preventivo per far capire al cliente che i vostri prodotti hanno dei vantaggi rispetto a quelli dei concorrenti? Con quali parole siete soliti argomentare in favore dei vostri prodotti, in modo da spingere il cliente o il committente ad assumere un atteggiamento favorevole nei confronti della vostra offerta?

Come potete migliorare la qualità dei contatti umani, vale a dire del comportamento assunto dai vostri dipendenti, nella prima telefonata, nei colloqui col venditore, nelle visite a domicilio, durante i lavori di montaggio e in tutte le occasioni in cui si instaurano rapporti col cliente? Come sono i vostri dipendenti sotto il profilo della gentilezza, del rispetto del cliente e delle sue esigenze?

Come si compone il vostro assortimento? Avete distinto in modo chiaro e comprensibile tra l'assortimento principale, gli accessori e i prodotti integrativi?

E dal punto di vista dei prezzi di vendita, siete in grado di ottenere dei margini di guadagno cospicui coi prodotti e i servizi aggiuntivi, in modo da compensare i margini spesso assai ristretti imposti dal mercato sui prodotti di base? Riuscite a presentare gli accessori ad alto valore aggiunto, in modo tale che il cliente capisca quali vantaggi essi potrebbero avere per lui e quali ulteriori (e fino a quel momento ignoti) desideri egli potrebbe vedere soddisfatti?

Quante volte, per esempio, una persona acquista un certo modello di automobile solo perché l'illuminazione del cruscotto gli fa riaffiorare dei ricordi piacevoli?

E come pensate di configurare il vostro marchio per il futuro? A che cosa viene associato il nome della vostra azienda sul mercato? Che sensazioni date al cliente in merito al soddisfacimento dei suoi desideri di benessere, di scelta sicura, di servizio, di durata del prodotto e di professionalità del lavoro svolto?

• Il servizio post vendita

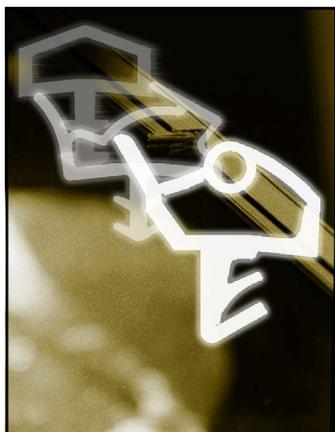
sul prossimo numero di Tecnoγραμμα

Nel settore delle guarnizioni per porte il passaggio alle guarnizioni "attive" conquista il mercato

La guarnizione per finestre ha avuto in passato ed ha tuttora un forte sviluppo tecnico sia per quanto riguarda i materiali, che per le geometrie, dovuto alle diverse esigenze che i produttori di finestre hanno ricevuto e ricevono dal mercato e che i produttori di profili si trovano a dover soddisfare.

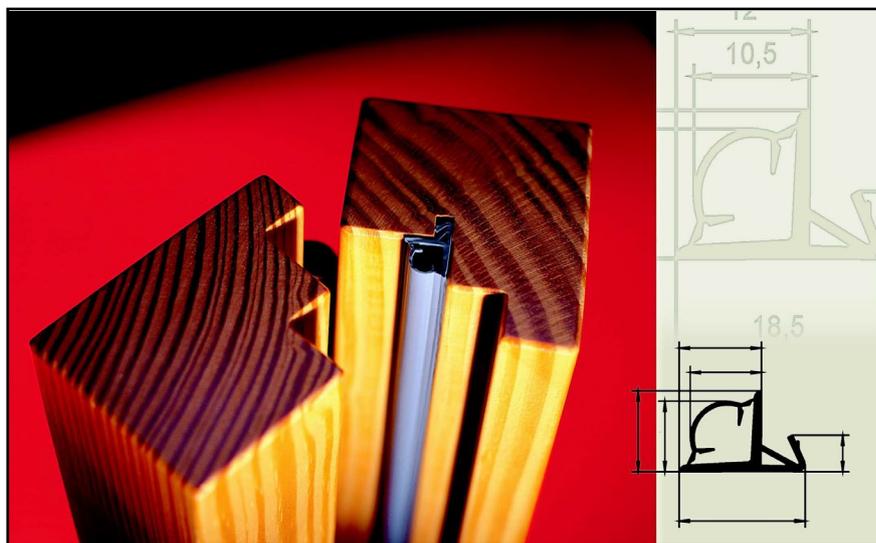
Al contrario, per le guarnizioni per porte interne ed esterne, lo sviluppo si è fermato negli anni '70 con le famose guarnizioni "a casetta" nonostante le esigenze anche in questo settore siano decisamente cambiate.

La ditta Deventer, principale portatore di innovazione nel campo



delle guarnizioni a livello europeo, ha deciso da circa un anno di rivedere e rielaborare l'intero programma per porte interne ed esterne e secondo il motto: "Via dal tradizionale verso il funzionale", ha cercato sia forme che materiali nuovi, moderni e funzionali.

I portoncini di ingresso sono spesso sottoposti a notevoli sbalzi di temperatura fra interno ed esterno, caldo e freddo, secco e umido e re-



golarmente il portoncino in legno si deforma ed è quindi inevitabile che la guarnizione debba coprire delle tolleranze, oltre alla normale aria, che arrivano a volte anche fino a 5 mm.

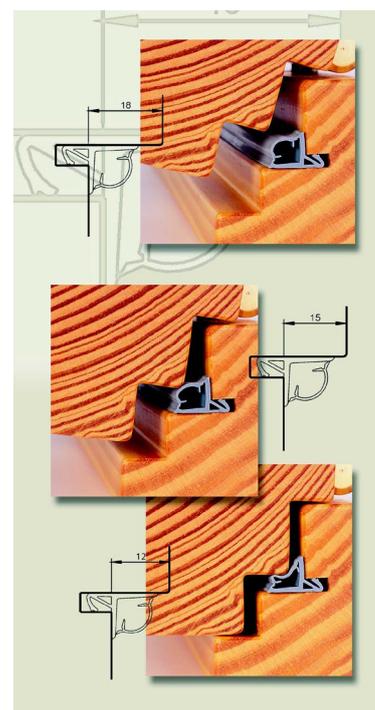
Uno dei materiali con i quali Deventer si è recentemente confrontata, è il silicone; tale materiale è sicuramente altamente qualitativo e le sue proprietà di estrema elasticità, morbidezza e durata nel tempo sotto pressione, permettono soprattutto in situazioni estreme, di apprezzarne i vantaggi. Si è quindi deciso di produrre una serie di guarnizioni in silicone denominate "DS" che vanno ad affiancarsi alle già conosciute ed apprezzate guarnizioni in "purene S".

A fianco delle guarnizioni DS112, DS155, DS185, è stata lanciata la guarnizione DS12-18 che ha nella geometria la sua caratteristica principale.

La sua forma "a palloncino" le consente di essere utilizzata su battute da 12, 15 e 18 mm e di coprire un'aria che va da 4 a 9 mm senza fare pressione sul portoncino, garantendo comunque la tenuta dello stesso.

Le alette inserite all'interno del profilo hanno la funzione di "assorbire colpi", evitando il fastidioso rumore del legno contro legno.

Come buona parte delle guarnizioni Deventer, per permettere il facile inserimento della guarnizione nel canalino, la sua schiena è rigida.



GUARNIZIONI ISOLA GUARNIZIONI ISOLA GUARNIZIONI ISOLA GUARNIZIONI ISOLA GUARNIZIONI ISOLA

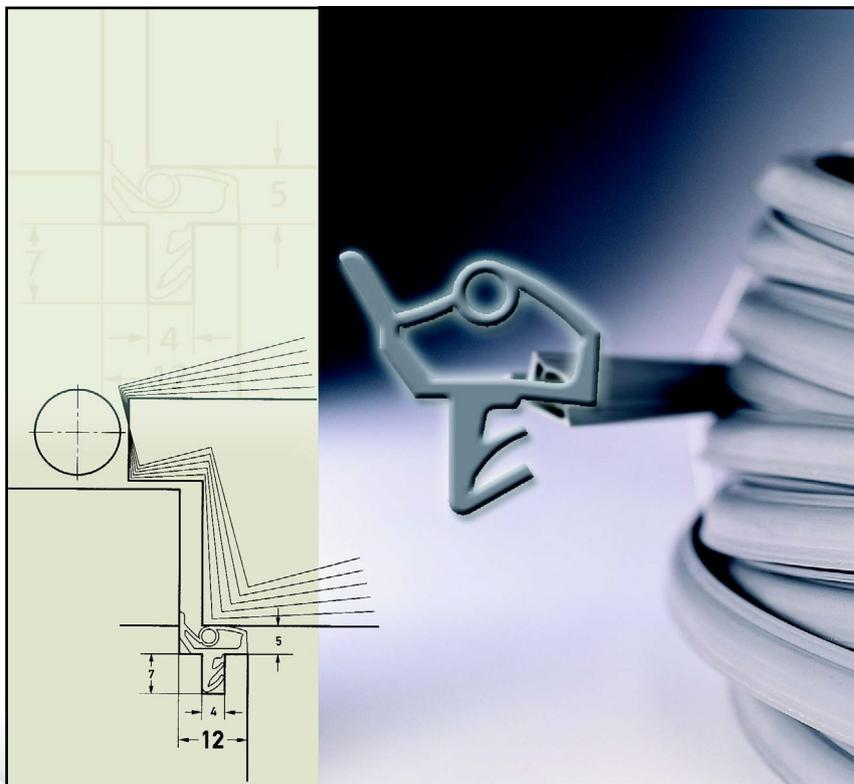
Il livello di tenuta acustica e termica delle porte interne è stato in passato, tolte alcune eccezioni, sicuramente un argomento messo in secondo piano; anche in questo settore le cose stanno decisamente cambiando.

La porta, come tutto il resto dei componenti di una casa è passata da elemento che doveva permettere di chiudere una stanza ad oggetto di design e funzionalità.

Sempre più spesso la tenuta acustica che una volta era esigenza di studi medici, notai, avvocati ecc., viene oggi richiesta da hotels, ospedali, imprese e privati.

La guarnizione, anche se da sola non basta, ha sicuramente una buona fetta di responsabilità sulla tenuta acustica della porta.

Il nuovo programma per porte interne Deventer prevede in totale 4 nuovi profili: S6712, S6722, S6644, S6614.



La grande novità è il passaggio da una guarnizione "a casetta" che subiva la pressione della porta, a una nuova forma che segue la rotazione della porta in fase di chiusura, contribuendo ad aumentare la tenuta.

La forma non è però l'unica importante ed utile novità, il piedino della guarnizione è stato completamente ristudiato e la soluzione portata permette, grazie ad una parte rigida, di inserire in maniera rapida la guarnizione nel canalino

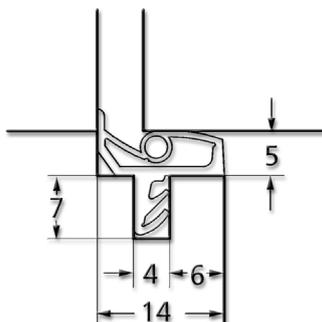
evitando inoltre che una volta inserita non si ritiri.

L'occhio all'interno del profilo funge da paracolpi assorbendo il rumore della porta che sbatte.

La parte posteriore della guarnizione prevede sopra un' aletta che va

a coprire eventuali imperfezioni del laminato e sotto la sua parete obliqua garantisce un minimo di tolleranza per vernici, colla, segatura, ecc.

Il materiale è esclusivamente "Deventer purene S", il quale offre una maggiore elasticità e garantisce la compatibilità con le principali vernici all'acqua.



INNOVAZIONE MAICO FLASH NEWS INNOVAZIONE MAICO FLASH NEWS INNOVAZIONE MAICO FLASH

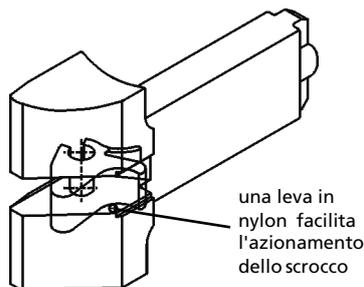
La qualità che si tocca con mano

NUOVO SCROCCO SERRATURA CON INVITO

- Impiego di uno sforzo minore nel chiudere la porta, unito soprattutto
- all'eliminazione del "colpo" contro il telaio.

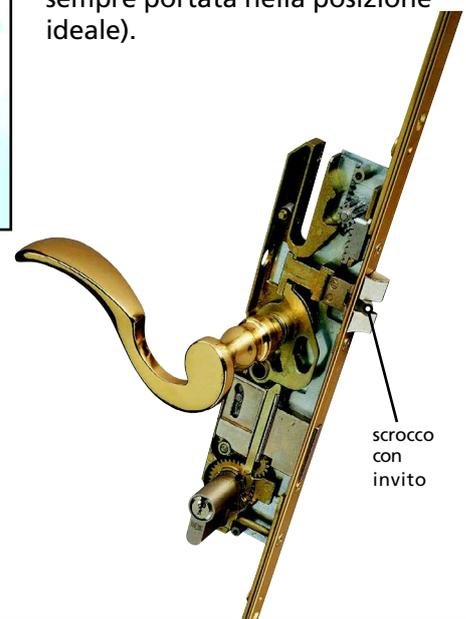
Queste sono le due principali caratteristiche del nuovo scrocco con invito, con il quale sono attrezzate tutte le serrature MAICO.

Questa funzionalità è garantita da una specie di leva in plastica integrata nello scrocco stesso e che agisce in anticipo sullo scontro montato nel telaio.



Così lo scrocco viene premuto dentro la scatola già in fase di chiusura e non sbatte direttamente contro lo scontro. (vedi disegno)

Oltre ad attuire il colpo di chiusura, permette anche un'aria ridotta in battuta (la parte inclinata dello scrocco viene sempre portata nella posizione ideale).

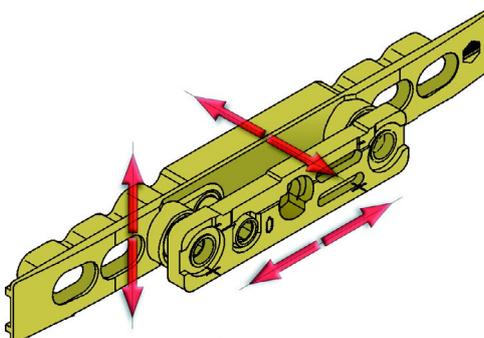


Nuova piastra per cerniera a ribalta - Regolabile in tre dimensioni

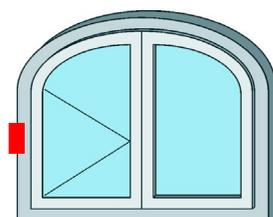
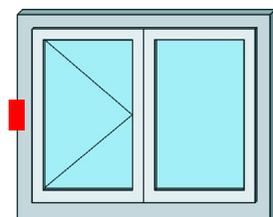
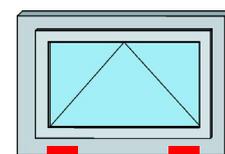
MAICO ha realizzato una nuova piastra per cerniera registrabile in 3 dimensioni per le finestre a ribalta.

Come parte telaio viene utilizzato il supporto forbice standard della MAICO collegato con una bandella ad angolo con la piastra.

La nuova piastra può essere utilizzata anche da cerniera centrale oppure come cerniera per l'anta semifissa di una finestra ad arco.



È utilizzabile per tutti i sistemi di profilo in aria 12, PVC e alluminio/legno.



 => Applicazioni della nuova piastra regolabile in tre dimensioni

PROGRAMMI PRODUZIONE PROGRAMMI PRODUZIONE PROGRAMMI PRODUZIONE PROGRAMMI

Progress-2000 un software ponte nelle diverse realtà della produzione e della rivendita dei serramenti.

PROGRESS-2000 è prodotto dalla SOFTEL-Software House con sede a Milano a partire dal 1985 e dal 1993 è stato progressivamente sviluppato in ambiente Windows 3.1/95/98/NT/2000 con lo scopo di rendere questo software più potente, in particolare sul piano della grafica e della gestione dell'ufficio in generale.

Nell'arco di 15 anni di esperienza nella realtà della produzione e della rivendita dei serramenti, PROGRESS si è continuamente adeguato alle realtà lavorative, tenendo conto delle richieste che l'utenza di volta in volta segnalava, fino a raggiungere la funzionalità, la flessibilità e il grado di soddisfazione attuali, come viene segnalato dalla stessa utenza.

CATEGORIE UTENTI DI

PROGRESS-2000

PROGRESS è disponibile nella versione per produttori e rivenditori di serramenti, è funzionale sia per l'artigiano che per l'industria ed è proposto in modo modulare con la possibilità quindi di scelta dei soli moduli software di effettivo interesse. E' utilizzabile fin dai primi momenti dell'installazione per la sua semplicità d'uso.

COLLEGAMENTO A MAICOWIN

PROGRESS è collegato con il programma di gestione ferramenta della MAICO fin dai primi momenti della sua uscita sul mercato Italiano.

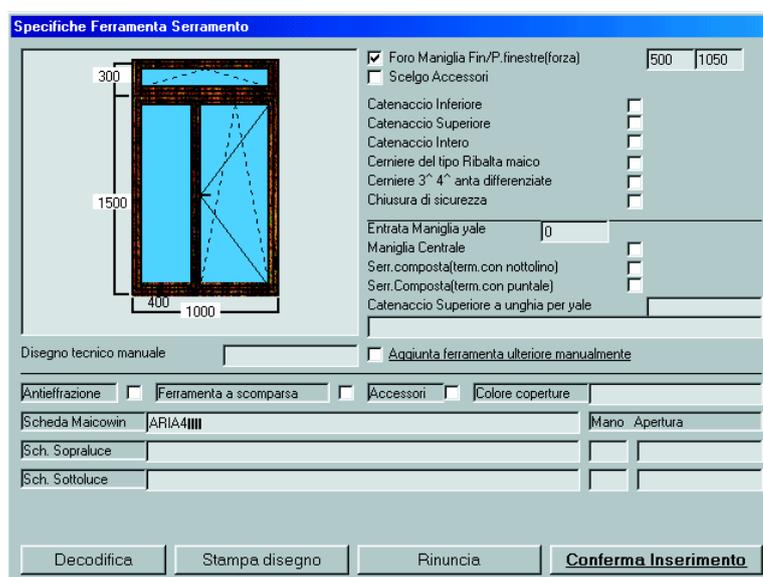
Questo collegamento è stato realizzato in modo straordinariamente semplice dal punto di vista dell'utente, nello stesso tempo però questo tipo di collegamento

è in grado di garantire i risultati più sofisticati a partire dalle fun-



questo punto di vista PROGRESS può essere visto come un centro motore nei confronti:

- della fabbrica per la produzione dei serramenti;
- della fabbrica per la rilevazione dei tempi anche con penne ottiche;
- del cantiere per la rilevazione e il passaggio delle misure per mezzo di



zionalità espresse dal programma della Maico.

Questo significa che la produzione dei serramenti sviluppata con PROGRESS-2000 abbinata a Maicowin porta a:

- una conoscenza completa della ferramenta utilizzata, dei costi e delle lavorazioni;
- la gestione del magazzino ferramenta con la possibilità di costruire listini di vendita con prezzi a corpo a partire dai consumi e dai tempi di produzione che tengono conto della ferramenta utilizzata.

UN SOFTWARE PONTE

La funzione ponte di PROGRESS si evidenzia con la possibilità di record offerta da questo software con le diverse realtà aziendali; da

computer palmari;

- della gestione della ferramenta con Maico-win;
- del collegamento con macchine a controllo numerico;
- della preventivazione e rivendita nei confronti del mondo esterno;
- del collegamento con cataloghi multimediali;
- del magazzino ferramenta;
- della contabilità aziendale;
- del collegamento con i prodotti office di Windows;
- della gestione di serramenti speciali con prodotti autocad.

SOFTEL di R.G.

Via Porpora, 174

20131 MILANO

Tel. 0347/7232853- 02/70601627

E-Mail: softel.rg@tiscalinet.it

CONSORZIO LEGNOLEGNO

MANUALE TECNICO DEL SERRAMENTISTA LA FINESTRA

Autori: S. MORA, S. STEFANI, C. PRANDI, A. MARASTONI, P. OFFREDI

Il Manuale Tecnico del Serramentista è uno strumento operativo che affronta analisi tecniche e normative del prodotto finestra.

Il prodotto

1. Terminologia tecnica e definizioni
2. Tipologie morfologiche
3. Configurazioni tipo
4. Requisiti specifici
5. Criteri di misurazione
6. La manutenzione
7. Presentazioni e conformità alle norme con analisi dei risultati di prova e soluzioni progettuali e costruttive consigliabili

Materiali e componenti

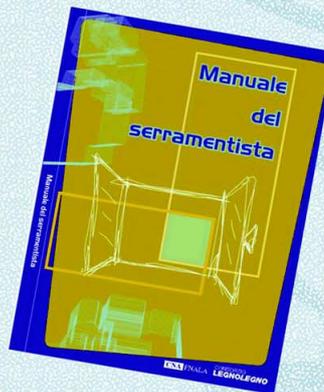
1. Materia prima
2. Adesivi e tecniche di incollaggio
3. Verniciatura dei serramenti: aspetti tecnici, economici e prestazionali

Strumenti di supporto alla gestione aziendale

1. Metodo di calcolo dei costi di produzione
2. I contratti di vendita e di appalto
3. I contratti di subfornitura

Catalogo tecnico dei materiali componenti e sistemi per serramenti

Pagine: 400 - Prezzo: £ 70.000



Collana "Gli Alberi"

LA COLLANA FORNISCE UN'ANALISI
APPROFONDIRITA DI VARIE SPECIE LEGNOSE

IL NOCE DA LEGNO

Autore: Sergio BURANI, Massimo BECCHI, Consorzio Fitosanitario Provinciale di Reggio E.

- Descrizione botanica
- Tecniche di coltivazione e propagazione del noce
- Principali malattie ed avversità
- Valutazione economica di un noceto
- Caratteristiche tecnologiche, strutturali e meccaniche
- Usi ed impieghi del legno

Pagine: 250 - Prezzo: £ 35.000

CONSORZIO LEGNOLEGNO

Per prenotare le vostre copie telefonate
al n. 0522.922480
o trasmettete via fax la vostra richiesta
al n. 0522.922475
www.legnolegno.it
e-mail: legnolegno@legnolegno.it

Gradirei ricevere in contrassegno n. ____ copia/e
del MANUALE TECNICO DEL SERRAMENTISTA al prezzo di L. 70.000.

Gradirei ricevere in contrassegno n. ____ copia/e
de IL NOCE DA LEGNO al prezzo di L. 35.000.

Cognome _____ Nome _____
Attività _____
Azienda _____
Partita IVA _____
Cap _____ Città _____
Via _____
Tel. _____ Fax _____