

TECNOGRAMMA

02/2002

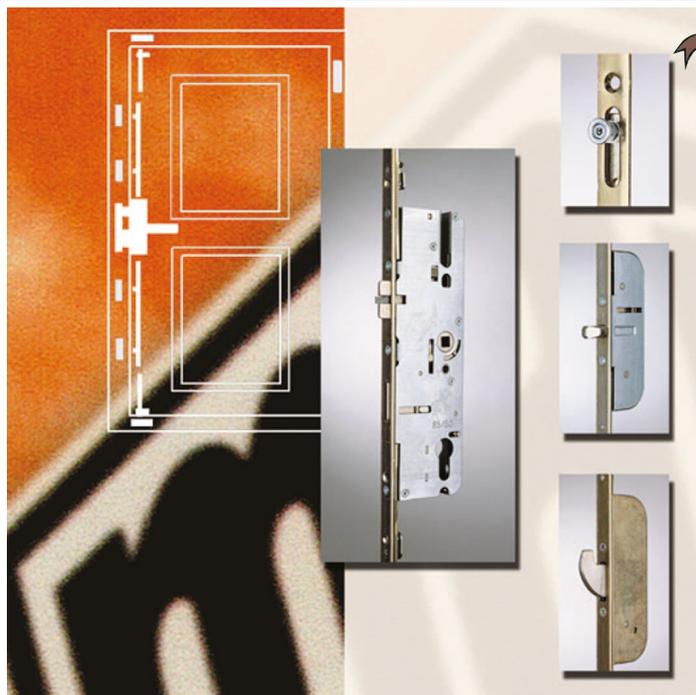
Buone Feste!



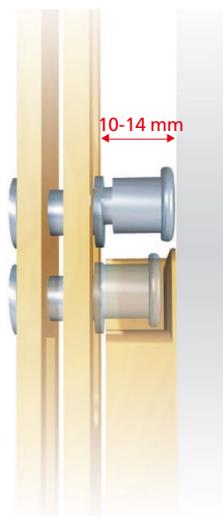
Serrature MAICO La gamma completa

CHIUSURE APERTE
ALL'INNOVAZIONE

Serblock è il nome che distingue la linea di prodotti MAICO indirizzata alle chiusure di porte e portefinestre. Anche questa linea si arricchisce, da oggi, di quelle innovazioni tecniche che offrono maggiore razionalità in fase di costruzione e di posa in opera dei serramenti e maggiore sicurezza per la casa, con la protezione anticasso di tutti i serramenti (finestre, porte balcone e portoncini d'ingresso).



SERRATURE CON IL FUNGO AUTOREGOLANTE



Il nottolino si regola automaticamente in un'aria da 10 a 14 mm.

Le serrature per porte MAICO montano di serie il nuovo sistema antieffrazione caratterizzato da nottolini a fungo autoregolante.

- non necessita di regolazione: si adatta automaticamente tanto all'aria del profilo, quanto alle deformazioni del materiale;
- facile regolazione della pressione con chiave Torx T 15;
- combinabile sia con scontri nottolino standard, che con scontri antieffrazione per fungo autoregolante;
- utilizzabile sia per aria 12, che per aria 4 (per aria 4 spostare la cava ferramenta di 1 mm dalla battuta);

- migliore scorrevolezza grazie al fungo autoregolante.

SCROCCO CON INSERTO

- chiusura più dolce dello scrocco nello scontro;
- grazie all'inserto in plastica si evita il logoramento dello scrocco;
- ambidestro.



Periodico Tecnoγραμμα

Sped. in A.P. 70% - Filiale Bolzano
N° 2/2002
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
SOSO SRL Via Chiodo 12 c/d 36050 Bolzano Vic.no (VI)

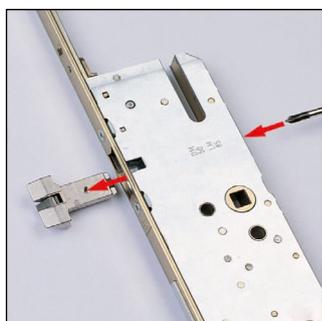
INDICE TECNOGRAMMA 2/2002	
PAGINA	ARGOMENTO
1	SERRATURE MAICO - LA GAMMA COMPLETA <ul style="list-style-type: none"> • CHIUSURE APERTE ALL'INNOVAZIONE • SERRATURE CON IL FUNGO AUTOREGOLANTE • SCROCCO CON INSERTO
3	<ul style="list-style-type: none"> • SCROCCO A RULLO • CHIUDERE CON SICUREZZA - CHIUSURA CON FUNGO AUTOREGOLANTE • CHIUSURA CON PUNZONE E CON GANCIO
4	<ul style="list-style-type: none"> • SERRATURE COMANDATE CON CILINDRO
5	<ul style="list-style-type: none"> • SERRATURE COMANDATE CON MANIGLIA
6-7	<ul style="list-style-type: none"> • TERMINALI - CATENACCI E SERRATURE 620
8	30 MINUTI PER PIÙ MOTIVAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • PIÙ DIVERTIMENTO SUL LAVORO IN 30 MINUTI • PRIMO DI 3 INSERTI DI 12 PAGINE
9	LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA - S. ZWICK <ul style="list-style-type: none"> • LA SITUAZIONE DEL NOSTRO SETTORE - NUOVE RICHIESTE - GUERRA PREZZI
10	<ul style="list-style-type: none"> • FATTORI IGIENICI - FIDUCIA - VALUE ECONOMY
11	<ul style="list-style-type: none"> • GESTIONE RISORSE - COLLABORATORI - COMUNICAZIONE INTERNA
12	<ul style="list-style-type: none"> • VALORE AGGIUNTO - CONCLUSIONE
13	RUSTICO - LA NUOVA CHIUSURA DI SICUREZZA PER PERSIANE <ul style="list-style-type: none"> • CARATTERISTICHE E VANTAGGI
14	<ul style="list-style-type: none"> • PRATICITÀ ED ESTETICA
15	MAICO SI ESPANDE <ul style="list-style-type: none"> • COSTRUIAMO UN LUOGO DOVE TUTTI AMINO LAVORARE
16	<ul style="list-style-type: none"> • INTERNO E ARREDAMENTO

SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE

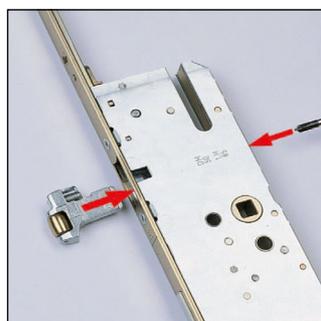
SCROCCO A RULLO

Con un cacciavite è possibile, allentando la vite, rimuovere lo scrocco standard e sostituirlo con il nuovo scrocco a rullo, da utilizzare in combinazione con l'apposito scontro.

Ideale per porte senza maniglia, ad esempio quelle di edifici pubblici, bar o ristoranti che devono essere continuamente movimentate.



Rimozione dello scrocco normale.



Inserimento dello scrocco a rullo.

CHIUSURA CON PUNZONE

La sicurezza aumenta. Gli scontri hanno l'inserto in acciaio e sono regolabili con chiave esagonale da 4 mm.



Chiudere con sicurezza

CHIUSURA CON FUNGO AUTOREGOLANTE

Da oggi tutte le serrature Maico sono prodotte con funghi della nuova generazione. Questo permette di realizzare, utilizzando appositi scontri antieffrazione*, porte con una maggiore resistenza allo scasso.



Naturalmente i nuovi funghi si combinano anche con gli scontri normali del programma Multi.

* Per l'utilizzo degli scontri antieffrazione su profili in PVC, si raccomanda di valutare, preventivamente, le eventuali deformazioni del materiale.

CHIUSURA CON GANCIO

Il più alto grado di sicurezza, per quanto riguarda le porte, è assicurato dall'incastro del gancio nell'apposito scontro con inserto in acciaio. Regolazione con chiave esagonale da 4 mm.



SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE

Serrature comandate con cilindro

I MODELLI

Le serrature Serblock comandate con cilindro (Uniblock e Combi-block) permettono, con la chiave, di chiudere e serrare la porta contemporaneamente.

Praticità e sicurezza sono garantite dalla ricca combinazione dei vari punti di chiusura.

- Frontali da 16 e 20 mm;
- scrocco ambidestro;
- maniglia interna, pomolo esterno;
- funzione di chiusura ad inversione.



Scatola serratura con comando a cilindro



Dati tecnici

	Interasse			
	85	72*	88*	92*
Entrata maniglia	35	40	45	50
	55	65	70	80

* = su richiesta

SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE

Serrature comandate con maniglia

I MODELLI

Le serrature Serblock comandate con maniglia (Controblocc) permettono, con la chiave, di serrare la porta mentre, con un semplice movimento della maniglia verso l'alto, di chiuderla.

Due le serrature di questo tipo: con 4 nottolini autoregolanti e con 2 nottolini e 2 punzoni.

- Frontali da 16 mm;
- scrocco ambidestro;
- maniglia esterna ed interna.



Scatola serratura con comando a maniglia

Dati tecnici

Entrata maniglia	Interasse			
	85	72*	88*	92*
28	●			●
35	●		●	●
40	●		●	●
45	●		●	●
50	●		●	●
55	●	●	●	●
65	●	●	●	●
70	●			
80	●			

* = su richiesta



SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE MAICO LA GAMMA COMPLETA SERRATURE



Terminali

In relazione alla tipologia di serratura (comando cilindro o



maniglia) si possono utilizzare i terminali, con e senza uscita puntale, come terminali superiori o inferiori.

I terminali, sia con uscita puntale, che senza, sono disponibili in diverse lunghezze ed utilizzabili, come terminali superiori, sia in combinazione con serrature a comando maniglia, che a cilindro.



COMANDO CILINDRO

Per questo tipo di serratura è possibile utilizzare, come terminale inferiore, solo il terminale da 300 mm con uscita puntale.



COMANDO MANIGLIA

Con questo tipo di serratura è possibile utilizzare, come terminale inferiore, solamente quello ad inversione con uscita puntale.



Catenacci e serrature 620

CATENACCI CON SCANTRO INTEGRATO

- uscita puntale 18 mm;
- puntale rinforzato;
- a fresare per aria 4;
- avvitabile per aria 12 con inserto per A12;
- a richiesta per porte in pvc;
- lunghezza 255 mm e 540 mm;
- nottolini a fungo compatibili con gli scontri inseriti nei catenacci.

SERRATURA 620

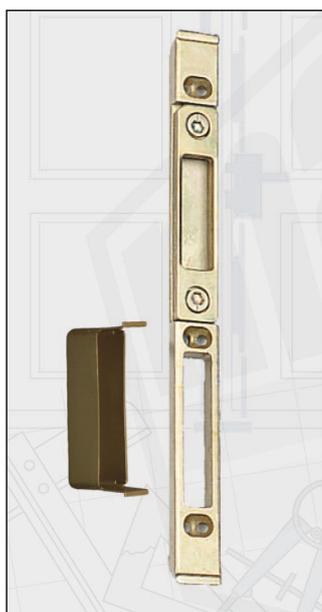
- comando a maniglia;
- scrocco reversibile per porte destre o sinistre;
- senza mandata.

SCANTRO SCROCCO MANDATA

- regolabile in pressione.

COPERTURA FRESATA PER SCANTRI

- scrocco mandata;
- punzoni;
- ganci.



**Più divertimento sul lavoro
in 30 minuti**

Lavorate volentieri?

O siete scontenti dei vostri compiti?

E se siete un dirigente: concedete ai vostri collaboratori spazio sufficiente per agire in libertà o li demotivate con continui errori dirigenziali?

Quello che MAICO vi sta per proporre nel fascicolo allegato a questo numero di Tecnogramma, è la prima di una serie di 3 parti che compongono un manuale sulla motivazione:

un manuale aggiornato e facilmente consultabile.

La tematica è suddivisa in sei campi d'azione concreti che indicano a ogni singolo lettore una via per lavorare con più motivazione.

Ai dirigenti fornisce importanti indicazioni su come eliminare fattori demotivanti.

Leggerete:
- dell'importanza dell'autodeterminazione;

- come assumere la responsabilità per le decisioni prese e sviluppare motivazione;

- quali sono gli atteggiamenti personali e le condizioni ambientali che stimolano la motivazione.

L'autore, il Dr. Reinhard K. Sprenger, è l'esperto di motivazione più conosciuto in Germania. Ha numerosi incarichi didattici universitari ed è molto richiesto come "allenatore" dei dipendenti.

LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA Siegfried Zwick

Lo sguardo da una finestra appannata

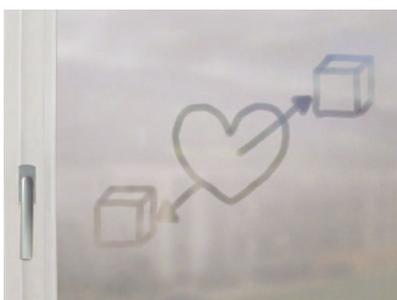
a cura di Siegfried Zwick,
amministratore delegato MAICO SRL

LA SITUAZIONE DEL NOSTRO SETTORE

Non vi dico niente di nuovo, se parlo di margini, di utili e di rendite in costante calo. La conseguenza di una globalizzazione mondiale è un'ulteriore e forte pressione concorrenziale. E sicuramente conoscete bene gli sforzi all'interno delle vostre aziende per dare una risposta alla domanda:

"Come posso ottenere un prodotto ancora migliore della concorrenza e prestazioni per eccellenza?"

Alle volte l'ostacolo a questa domanda è determinato dal fatto che siamo talmente innamorati dei nostri prodotti, che proprio in essi cerchiamo la risposta. Però attenzione: già oggi dobbiamo renderci conto che in futuro non riusciremo più a differenziarci in modo chiaro e vincente grazie al prodotto.



Innamorati del proprio prodotto

Finora ci sono stati utili i marchi, l'immagine ed il mondo dei marchi. I marchi hanno contribuito alla differenziazione rispetto alla concorrenza. L'importanza, il peso del marchio, legato ad una chiara definizione del target di prodotti e di mercato, hanno sempre avuto come conseguenza un chiaro posizionamento dell'azienda. Si era a conoscenza del posto che si occupava o che si intendeva occupare.



Siegfried Zwick - Amministratore Delegato MAICO SRL

TUTTO CHIARO/TRASPARENTE? NULLA È CHIARO

Se è vero che grazie all'orientamento al marketing ed alla qualità, il ciclo di vita dei nostri prodotti si allunga, nello stesso tempo sono molti i marchi/concorrenti che mirano al medesimo posizionamento, che rivendicano la medesima originalità e che in qualche modo hanno sviluppato un mondo di marchi molto simili al nostro.

I nostri prodotti non sono più unici. I nostri prodotti, pur essendo forti, possono essere rimpiazzati da prodotti della concorrenza, altrettanto forti.

Siamo sostituibili!

Ed inoltre, negli ultimi anni abbiamo sommerso il mercato di messaggi pubblicitari, così che nessuno ci

ascolta più veramente. E perché mai dovrebbe?

Ciò di cui in futuro avremo bisogno, sono aziende con personalità, aziende uniche con caratteristiche ben distinte, inconfondibili e convincenti.

NUOVE RICHIESTE

Non è sufficiente oggi riuscire a farci riservare uno spazio tutto nostro nella testa del nostro cliente. Per un successo duraturo dovremo conquistare anche il suo cuore. E non saremo di certo noi a stabilire quando e dove ciò accadrà, la decisione non è infatti nostra, ma del cliente.

LA GUERRA DEI PREZZI

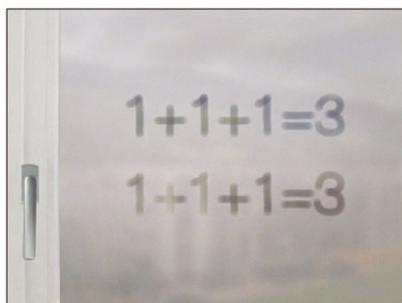
Una cosa però è certa: giocando continuamente al ribasso dei prezzi,

LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA Siegfried Zwick

non raggiungeremo né la testa, né il cuore dei nostri clienti.
Raggiungeremo invece prima la testa e poi il cuore dei nostri concorrenti, per poi arrivare a raggiungere la nostra testa ed il nostro cuore.
La strategia del prezzo rovinerà sí la concorrenza (forse?), ma rovina di certo il mercato e rovinerà noi ed al cliente tutto ciò ben poco interessa.

FATTORI IGIENICI

Un'altra considerazione è ormai accertata: tutti producono 'Qualità'



Qualità + Consegna + Innovazione: 'chiunque può'

Così come tutti sono in grado di garantire una pronta consegna. E l'innovazione?
Sappiamo che spesso non è l'ideatore, ma l'imitatore colui che porta l'innovazione per primo sul mercato. I tempi sono strettissimi.
Ma non dobbiamo lamentarci di questa situazione, poiché proprio grazie al buon lavoro svolto in passato siamo arrivati dove siamo oggi.

Purtroppo, o per fortuna, tutto ciò lo sa anche il nostro cliente. Egli sa che il prodotto che acquisterà è di prima qualità, che verrà consegnato entro breve tempo e che è tecnologicamente avanzato.

Se così non fosse, l'azienda che lo produce non esisterebbe più da tempo.

Ma il nostro cliente è entusiasta di noi? Si innamorerà di noi? Sicuramente no!

Dunque, avanti:
CREDERCI O SCOMPARIRE
Ci saranno solo due vie:

1. o riusciremo ad entrare nella testa

e nel cuore dei nostri clienti,
2. o saremo costretti a scomparire.

Tutto quello che abbiamo fatto finora era giusto e necessario per giungere al presente. Ora però non è più sufficiente e per questo dobbiamo mettere alla prova il nostro talento ed aprirci a qualcosa di nuovo.

I nostri clienti attendono messaggi dei quali potersi fidare. La fiducia sarà la chiave per conquistare testa e cuore del nostro cliente e sarà la base per una proficua collaborazione a lungo termine.

FIDUCIA

Ma come creare questa fiducia? In realtà è molto semplice, è insito nella natura umana. Sappiamo che è soprattutto la 'non-qualità' a costarci molto denaro; la qualità in confronto non costa nulla. E così è anche per la fiducia: è la sfiducia che ci costa molto, ci costa troppo, perché la sfiducia esige strutture aggiuntive, di controllo e di gestione, mentre vengono distrutte motivazione e creatività, coinvolgimento, ed entusiasmo, da trovare poi altrove e pagare a caro prezzo.

Solo un rapporto di fiducia produce i fattori vincenti nell'economia del domani. La fiducia è ciò che conta!



La fiducia è ciò che conta

Per voi, per i vostri clienti, per i vostri collaboratori e per i vostri fornitori. In effetti troppe volte oggi viviamo i lati negativi di una globalizzazione / concorrenza senza confini, confini non solo politici, ma anche di carattere morale, quali l'affidabilità, la coerenza e la serietà.
I nostri clienti hanno perso la fiducia;

hanno bisogno di nuovo orientamento, di certezze.

È logico: in situazioni difficili l'uomo diventa sensibile, ragiona e reagisce intuitivamente, cercando orientamento, cose di cui fidarsi, che gli diano sicurezza.

L'uomo – e anche il nostro cliente – prende coscienza di antiche virtù, come per esempio sincerità e parsimonia. Queste virtù rivivono in questi momenti.

Se i nostri clienti scoprono in noi, nel nostro marchio, un valore che a loro piace, allora la nostra azienda avrà la sua prima chance per ottenere la loro fiducia.

GESTIONE DELL'AZIENDA ORIENTATA AI VALORI VALUE ECONOMY

Quali sono i valori giusti per un'azienda?

Non insistiamo su un concetto pressoché inflazionato come ad esempio quello dell'„innovazione“. Abbiamo bisogno di valori che rispecchiano il reale carattere imprenditoriale.

Non vendiamo più illusioni al cliente – le illusioni lo disilludono e la conseguenza è la perdita del cliente.

La domanda corretta dunque non è: "Chi siamo?", ma "Chi siamo veramente?" - "E come vorremmo essere?"

È un quesito molto umano, perché le aziende in definitiva sono fatte da uomini e dovrebbero essere fatte per uomini.

Tutto ruota attorno a questi tre elementi fondamentali:

- Come vediamo noi stessi?
- Come ci vede l'ambiente circostante?
- Come vorremo che gli altri ci vedano?

Quanto maggiore è l'armonia tra questi tre fattori, tanto più forte sarà la personalità. Dobbiamo conti-

LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA Siegfried Zwick

nuamente porci queste domande: oggi, domani e dopodomani ancora.

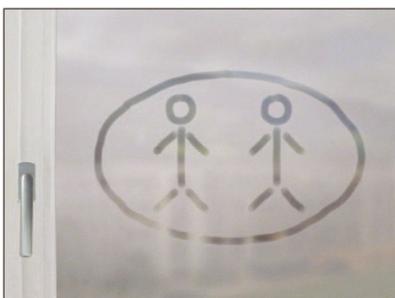
- Quali sono gli obiettivi della nostra azienda?
- Chi sono i nostri clienti?
- Quali clienti intendiamo servire?
- Quali sono i valori della nostra azienda?
- Qual è la cultura aziendale – valori vissuti - alla quale aspiriamo, per poter occupare la nostra posizione sul mercato?
- Di che tipo di management abbiamo bisogno?
- Di che comunicazione interna ed esterna?
- Quali collaboratori vogliamo avere? Ce li meritiamo? (collaboratori validi)

Nessuno può suggerirci le risposte a queste domande. Siamo noi stessi che ce le dobbiamo dare. Ma sono certo che la risposta sincera, conosciuta e condivisa da tutti i vostri clienti - clienti intesi come clienti e collaboratori - vi farà scoprire i veri valori della vostra azienda.

Solo in questo modo potremo creare aziende uniche, forti, diventando così un partner interessante per il nostro cliente.

GESTIONE DELLE RISORSE

Questi valori ci permetteranno di creare nuove risorse, motivazione e sensibilità. Abbiamo bisogno di emozioni, di divertimento, di soddisfazione, di gioia e anche di dolore per andare avanti e per crescere.



Coinvolgimento reciproco di tutti gli anelli della stessa catena

Ma andremo avanti insieme, poiché ci sarà un anello che ci lega: la fiducia.

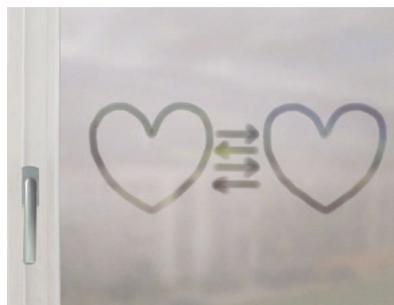
Il cliente ci sceglierà, se i nostri valori rispecchieranno le sue aspettative, il suo bisogno di sicurezza e di affidabilità.

I suoi valori corrisponderanno ai nostri ed egli si sentirà coinvolto. Per questo sceglierà noi. Probabilmente alcuni clienti attuali ci lasceranno, poiché non si riconosceranno in noi. Ma in cambio lavoreremo con altri clienti che instaureranno con noi una relazione ancor più stretta – perché certi di poter riporre in noi grande fiducia.

COLLABORATORI: LA NOSTRA COMPETENZA

C'è qualcun altro che ci dovrà scegliere. Sono i nostri collaboratori: sono loro che in futuro dovranno essere portatori e messaggeri di questi valori, i valori che la nostra azienda rappresenta e che essi hanno scelto di condividere e seguire. Daranno vita ai nostri valori, creando così un'azienda che ha un rapporto energico e dinamico con i propri clienti.

All'inizio i nostri collaboratori decidono di essere nostri partner.



I nostri collaboratori decidono di essere nostri partner

E come tutti noi, si aspettano qualcosa da questa partnership. Si attendono reciprocità, scambio, valorizzazione, rispetto, attenzione, senso di appartenenza e si aspettano libertà responsabile. E di questa autonomia – o, se preferite, libertà di azione – siamo responsabili soltanto noi, la direzione aziendale. Dai nostri collaboratori ci aspettiamo

oggi una mentalità ed un atteggiamento imprenditoriali, ma allo stesso tempo imponiamo la via da seguire, organizziamo e restringiamo il loro campo d'azione.

Se limitiamo i nostri collaboratori, essi non si assumeranno alcuna responsabilità. I nostri collaboratori vogliono creare progetti, realizzarli e giudicare loro stessi i risultati. Solo così accresceranno le loro conoscenze, aumentando il valore sí della nostra azienda, ma anche della loro azienda.

Questo è legittimo ed è l'unica forma seria di rapporto fiducioso tra collaboratori ed azienda. Se l'azienda pretende che il collaboratore faccia crescere il valore dell'azienda, è doveroso in un rapporto reale e serio, che l'azienda si preoccupi di far crescere il valore del collaboratore.

Allora ridiamo all'uomo la responsabilità della sua e per la sua vita e smettiamola di mettergli le briglie. Trattiamolo alla parità: da uomo a uomo, da imprenditore a imprenditore (se vogliamo che come tale si comporti).

A questo punto parteciperà a costruire qualcosa di grande, potrà essere orgoglioso della propria azienda e del proprio lavoro. Diamogliene la possibilità.

COMUNICAZIONE INTERNA

Per questo motivo la comunicazione interna, in passato relativamente trascurata, diverrà in futuro uno dei nostri maggiori fattori di successo. Sta alla base di un lavoro intenso, comune ed orientato al risultato. Dimentichiamoci le teorie organizzative degli anni passati, poiché l'organizzazione estrema ci ostacolerà.

Abbiamo bisogno di competenza, di conoscenze e di sistemi di comunicazione forti – non di gerarchie. Solo così potremo prendere delle decisioni in un mondo che cambia sempre più velocemente.

LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA LO SGUARDO DA UNA FINESTRA APPANNATA Siegfried Zwick

VALORE AGGIUNTO

Clients e collaboratori si aspettano dalla propria azienda un valore aggiunto. Il marchio dovrà rappresentare questo valore, che dovrà essere vissuto e comunicato in modo credibile. Questo valore aggiunto dovrà creare simpatia e benevolenza e darà fiducia.

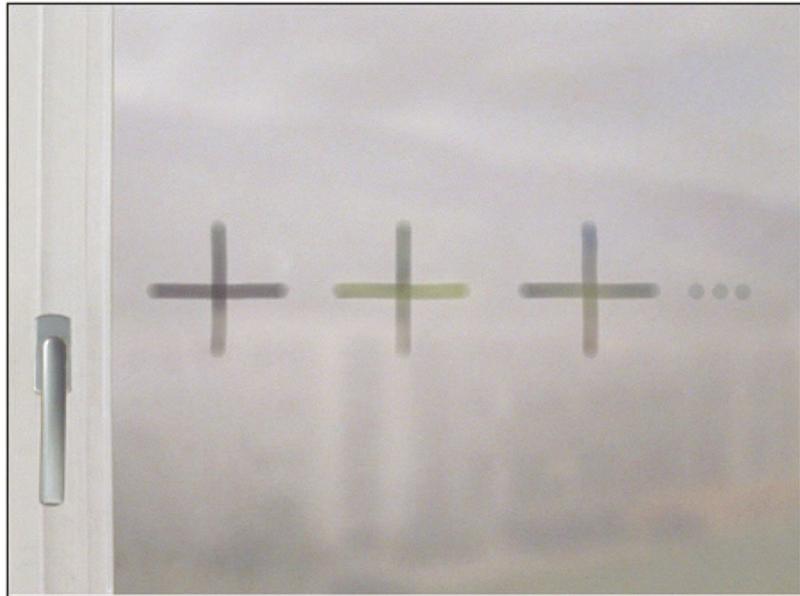
La sfida che MAICO lancia ai propri partner di successo è di creare assieme questo valore aggiunto.

MAICO si pone indubbiamente obiettivi prestigiosi, con la ferma convinzione di poterli realizzare.

Metteteci dunque alla prova!

In conclusione, l'augurio che rivolgo a tutti noi, è quello di trovare una finestra limpida e trasparente attraverso la quale vederci chiaro!

Siegfried Zwick
Amministratore delegato MAICO SRL



Aspettatevi valore aggiunto dalla nostra azienda - Metteteci alla prova!



Obiettivi prestigiosi MAICO 2003 - vedi articolo "Maico si espande" a pagina 15

CHIUSURA DI SICUREZZA PER PERSIANE RUSTICO CHIUSURA DI SICUREZZA PER PERSIANE RUSTICO

Nuova chiusura di sicurezza per persiane RUSTICO

CARATTERISTICHE E VANTAGGI

SICUREZZA

Tutti i componenti sono in acciaio. La chiusura di sicurezza per persiane è solida, resistente e non può essere forzata dall'esterno.

MONTAGGIO

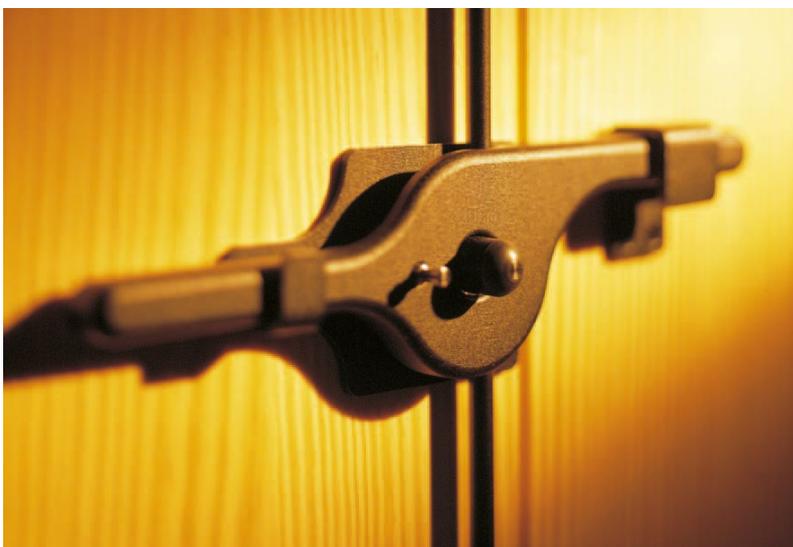
Semplice e veloce: non è necessario alcun lavoro di muratura. La chiusura di sicurezza per persiane si applica con facilità senza alcuna modifica della chiusura (spagnoletta) già esistente. I componenti si fissano sulla persiana con semplici lavorazioni.

PRATICITÀ

Non è necessario l'uso di chiavi: uno scrocco in acciaio inox la blocca in posizione chiusa o aperta. La chiusura di sicurezza per persiane può essere installata su qualsiasi modello di persiana o scuro a due ante.

NUOVA SUPERFICIE NERO OPACO

Il **nuovo, esclusivo rivestimento MAICO a tre strati**, aumenta notevolmente le caratteristiche di resistenza agli agenti atmosferici, risolvendo il problema della **corrosione**, e completa le qualità estetiche della chiusura di sicurezza per persiane, conferendole eleganza.



CHIUSURA DI SICUREZZA PER PERSIANE RUSTICO CHIUSURA DI SICUREZZA PER PERSIANE RUSTICO

PRATICITÀ ED ESTETICA

Per sbloccare lo scrocco in acciaio inox, è sufficiente tenerlo tirato verso di sé. Ritournerà nella posizione originale per mezzo della molla di cui è provvisto. Il comodo tappo arrotondato, si avvita facilmente sulla sporgenza del filetto del bullone.

- ① Persiana o scuro in posizione di chiusura. La chiusura di sicurezza per persiane deve essere montata sull'anta che si apre per prima verso l'esterno.
- ② Per aprire, tirare il perno di acciaio inossidabile. Non è necessario l'uso di chiavi.
- ③ Ruotare la leva per sganciarla dalle staffe.
- ④ La chiusura di sicurezza per persiane non cambia l'estetica del balcone.
- ⑤ La chiusura di sicurezza per persiane si camuffa agevolmente con la barra della spagnoletta.



MAICO 2003 AMPLIAMENTO SEDE MAICO 2003 AMPLIAMENTO SEDE MAICO 2003 AMPLIAMENTO SE

MAICO si espande

IN PIENO SVOLGIMENTO I LAVORI
PER L'AMPLIAMENTO DELLA SEDE

*„Costruiamo un luogo dove tutti
amino lavorare“*

È questo il motto secondo il quale a metà del 2001 si pianificò l'ingrandimento della nuova sede MAICO. La costruzione degli uffici, ampliata di due terzi, si concluderà presumibilmente entro agosto 2003. In tutto sono previste circa 40 nuove postazioni di lavoro.



MOTIVAZIONE E RENDIMENTO

L'ampliamento della sede MAICO comporta inesorabilmente un aumento delle potenzialità.

E con MAICO crescono contemporaneamente anche le esigenze che vengono poste ai singoli individui. Solo tramite un incremento di motivazione può essere raggiunto un incremento di rendimento.

Siegfried Zwick, amministratore:
«Chi esige del rendimento, allo stesso tempo deve anche essere disposto a dare qualcosa in cambio.»

È da settembre di quest'anno che vediamo costruire e crescere il nuovo edificio. Noi collaboratori MAICO siamo tutti curiosi del risultato finale e lo aspettiamo con ansia.

Dal punto di vista degli architetti:
Studio Menz & Gritsch, Merano

LUCE, COLORI, CONTATTO COL MONDO ESTERNO

Il nuovo complesso è stato progettato, per quanto riguarda l'aspetto esterno, con linee volutamente semplici. L'aspetto essenziale dovrà risaltare piacevolmente in un paesaggio naturale ricco di forme e colori.

La sobrietà di una struttura non visivamente invadente sarà il tratto distintivo della nuova sede, che non seguendo le attuali tendenze di moda, conserverà il proprio valore e carattere nel tempo. A tale scopo il linguaggio delle forme e dei colori sono stati volutamente ridotti a pochi elementi base, secondo un'architettura del "less is more" volta a bilanciare l'eccessiva abbondanza di stimoli visivi della nostra epoca.



MAICO 2003 AMPLIAMENTO SEDE MAICO 2003 AMPLIAMENTO SEDE MAICO 2003 AMPLIAMENTO SEDE

Il nuovo edificio a "C", unito a quello attuale dai corpi scala completamente vetrati, creerà un cortile centrale sul quale gli ambienti interni si affacceranno.

Le facciate saranno contraddistinte da finestre a tutta altezza e dipinte di bianco, colore col quale sarà ridipinto in futuro anche il corpo esistente.



INTERNO

Tutti gli uffici si raggruppano attorno al cortile interno centrale, inondato di luce attraverso una copertura vetrata.

La luce naturale unita ai colori caldi usati all'interno compenseranno così la sobrietà delle linee esterne.

Come per l'esterno anche all'interno gli ambienti saranno regolari e simmetrici, rivestiti di legno dalle tonalità calde e separati fra loro da pareti vetrate per un passaggio continuo di luce naturale, che, secondo recenti studi, ha un influsso molto positivo sul singolo collaboratore e quindi sul clima di lavoro in generale.

RISPARMIO ENERGETICO

Particolare riguardo è stato dato al risparmio energetico con un sistema d'isolamento intelligente e con il collegamento dell'impianto di riscaldamento alle aperture di porte e finestre.

ARREDAMENTO

L'arredamento seguirà i principi guida di tutto l'edificio, con mobili funzionali da disporsi liberamente al centro dei singoli uffici o, nel caso d'archivi ed armadiature, lungo le pareti interne, lasciando libere le pareti finestrate.

Il vecchio edificio paragonato all'ampliamento in progetto



Il quadro d'insieme sarà chiaro ed armonioso a rispecchiare un ambiente di lavoro stimolante ed a misura d'uomo.

