

tecnogramma

OTTOBRE 2016



Fai partire il cambiamento

Il modo di comunicare è cambiato, e può darti una mano a promuovere i tuoi infissi in questa nuova epoca digitale. Sei pronto a partire?

SMART BUILDING

I meccanismi che rendono le finestre intelligenti

SERRAMENTI BIM

Le tue finestre nel Building Information Modeling

SILVER GENERATION

Offrire agli over 60 serramenti e servizi *ad hoc*

Editoriale

FAI PARTIRE IL CAMBIAMENTO

"Panta rei", tutto scorre... Già gli antichi greci nel 500 a.C. parlavano di questa grande verità che è la continua evoluzione del mondo. Niente sta fermo, tutto si muove e cambia. Questo può voler dire innovazioni, migliorie nella vita, ma anche necessità di adeguarsi e modificare continuamente le proprie abitudini e i propri metodi.

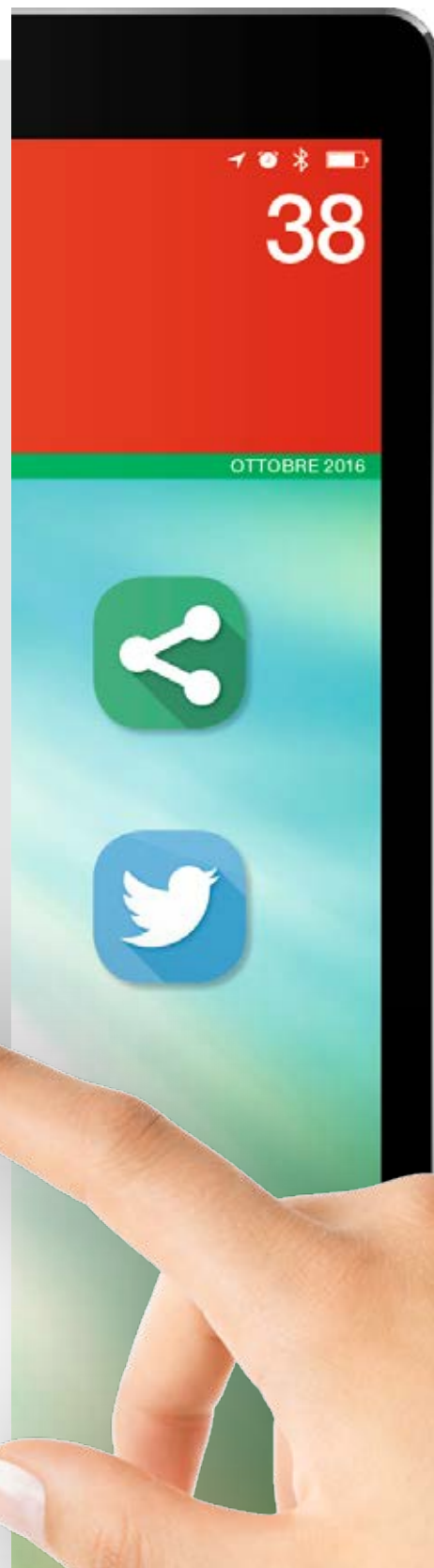
Pure il mondo degli infissi è un flusso continuo in cui cambiano la tecnologia, la costruzione e la progettazione del manufatto "serramento". Di più: cambiano il cliente e il mondo intorno. Abbiamo dedicato questo numero di Tecnogramma ai grandi cambiamenti che avranno ricadute sul nostro settore:

- internet e le nuove forme di comunicazione digitale, mostrando le opportunità per un'azienda che produce serramenti (pag. 6)
- l'automazione, che aumenterà il comfort in case *smart*, dove anche i serramenti potranno interagire se equipaggiati coi componenti giusti (pag. 26)
- il BIM, *Building Information Modeling*, che trasforma il progetto dell'edificio in una banca dati dinamica con informazioni su tutti i componenti, serramenti compresi (pag. 32)
- l'invecchiamento della popolazione, che sembra una minaccia ma potrebbe premiare chi saprà fornire soluzioni per "giovani vecchi" (pag. 40).

Un numero pieno di spunti e idee per affrontare il futuro e farsi trasportare dai cambiamenti verso nuove opportunità.

ALEXANDER SCHWEITZER
direttore editoriale ■

FINESTRE DIGITALI
Scopriamo i nuovi canali digitali che possono aiutarci a vendere finestre



Sommario

PAGINA 4

Maico News



PAGINA 6

Il mondo sta cambiando. Iniziare l'aggiornamento?

Se non ce ne fossimo ancora accorti, ce lo dicono le statistiche: negli ultimi 10 anni gli italiani che usano internet sono più che raddoppiati e cresce il numero di chi acquista online. Le aziende modificano il loro modo di comunicare spostandolo su email, web, social network... Il settore dei serramenti non è escluso: scopriamo cosa si può fare e cosa ha senso fare. ⌚ 20'



PAGINA 26

Preparati a essere intelligenti

Il serramentista può "insegnare" agli infissi a parlare con un edificio domotico. Basta che li equipaggi con contatti magnetici, motore, serrature controllabili da remoto... ⌚ 5'



PAGINA 32

SimsalaBIM

Può fare magie: è il BIM, un modo rivoluzionario di progettare e gestire gli edifici. Ecco come si fa a entrare in questo nuovo mondo con i propri serramenti e quali sono i vantaggi. ⌚ 8' 30"

Qualche domanda a chi lo usa già – pag. 38

Murat Cumen racconta come funziona il BIM in Olanda, dove lavora come esperto BIM presso la Maco. ⌚ 3'



PAGINA 40

Il bello di superare i sessanta

Gli ultrasessantenni sono oggi i consumatori con più potere. È la *silver generation*, un target di mercato interessante anche per il settore dei serramenti, da approcciare nel modo giusto. ⌚ 12'



Maico News

IN PENDANT

Alcune delle maniglie coordinate Maico per i diversi serramenti della casa

PRODOTTI



Un unico design per le maniglie di tutti gli infissi

È bello riconoscere lo stesso design su tutti i serramenti della casa: grazie alle maniglie coordinate della linea Rhapsody di Maico – per finestre, portefinestre, scorrevoli e ora anche per porte interne e d'ingresso – trionfa l'armonia di un unico stile. Uno stile unico: la solidità dell'ottone plasmato in una forma snella e allungata. Ogni set di maniglie è disponibile in due verniciature, a scelta tra cromo satinato oppure ottone lucido.

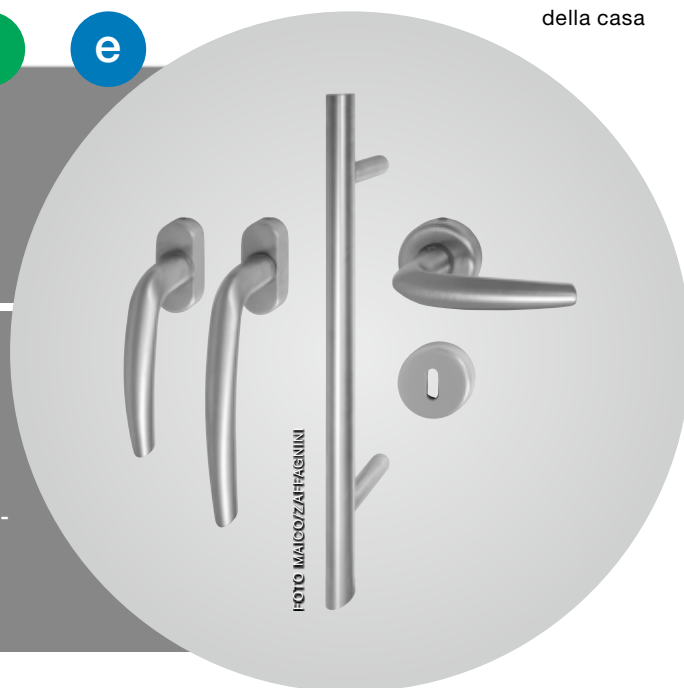


FOTO MAICO/ZAFFAGNINI

PRODOTTI



Le guarnizioni si chiamano Maco

Avete già ordinato le vostre guarnizioni? Non avete notato nulla di diverso? Ecco la novità: sulle confezioni delle vostre solite guarnizioni troverete d'ora in poi il marchio blu della Maco. La vasta gamma di guarnizioni per finestre e porte alle quali siete abituati, tutte realizzate con materiali di alta qualità e dalle prestazioni di tenuta eccellenti, è infatti entrata a far parte della grande famiglia di prodotti Maco.

LEGENDA



Presente in MaicoWin Plus



Presente nel Catalogo Elettronico Maico

MAGGIORI INFORMAZIONI

Per contattare l'agente Maico della propria zona, visitare la pagina internet www.maico.com/agenti

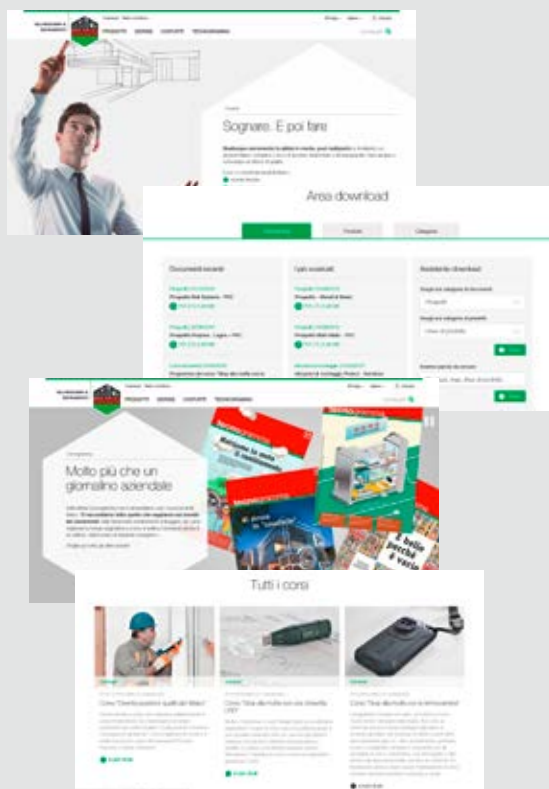
MEDIA

Il sito Maico tutto nuovo

Foto grandi, grafica fresca, ottimizzato per la navigazione da smartphone e tablet: ti sei accorto che il sito Maico.com ha cambiato look? Tra le novità:

- nella sezione Download, la ricerca è più semplice: puoi cercare i documenti non solo per linee di prodotto, ma anche per categorie (istruzioni di montaggio, prospetti, schede di sicurezza...) o con l'aiuto di un assistente
- nella sezione Maico Academy puoi iscriverti più velocemente ai corsi per serramentisti, rivenditori, posatori compilando il modulo online
- la sezione della rivista Tecnogramma è rinnovata e sempre in evidenza.

Buona navigazione!



PRODOTTI



Liberi di scegliere: le soglie Maico certificate QM 340

Oltre ai meccanismi, alle guarnizioni e alle serrature, ora anche le soglie Transit Maico garantiscono l'intercambiabilità ai fini della marcatura CE. Sia la soglia Personal, sia la soglia Estensibile hanno ottenuto infatti il certificato QM 340 rilasciato dall'Istituto Ift di Rosenheim. Che cosa vuol dire in termini pratici? Massima libertà di scelta del prodotto più idoneo per la vostra produzione e nessun costo aggiuntivo per rifare le prove. Infatti qualsiasi soglia può essere sostituita con un'altra certificata QM 340. Così non è necessario ripetere le prove per la marcatura CE. La certificazione garantisce la qualità e le pari o superiori prestazioni dei prodotti, che sono quindi intercambiabili tra loro. Avete deciso di passare alle soglie Maico Transit Personal o Estensibile? Nessun problema. Basta fornire un'autodichiarazione allegando il certificato QM 340 fornito da Maico.

Soglia Transit Personal

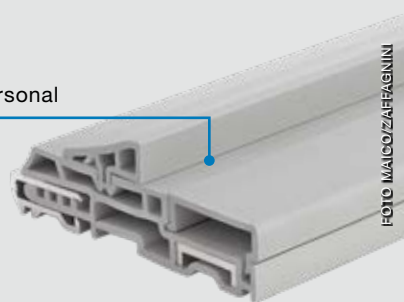


FOTO MAICO/ZAFFAGNINI

Soglia Transit Estensibile

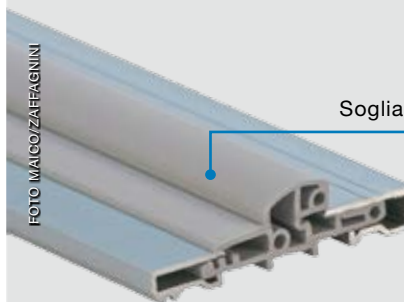
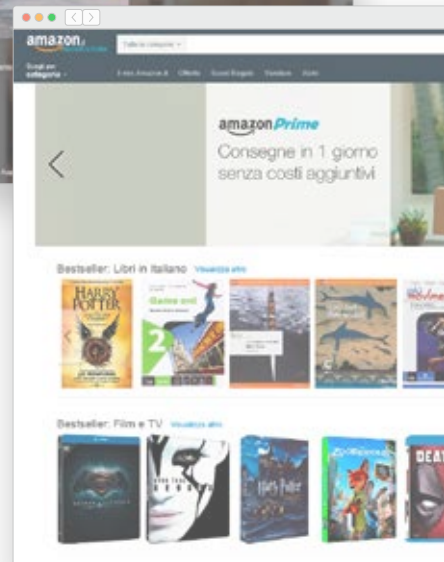
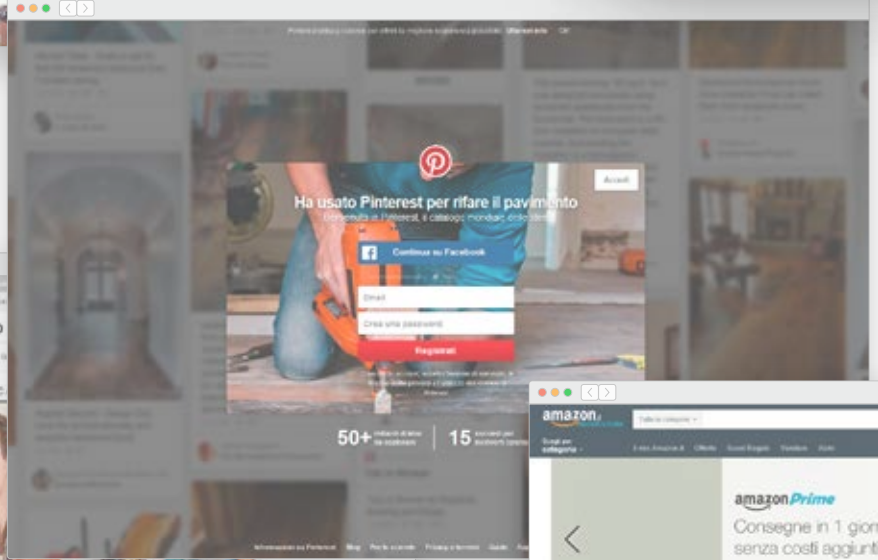
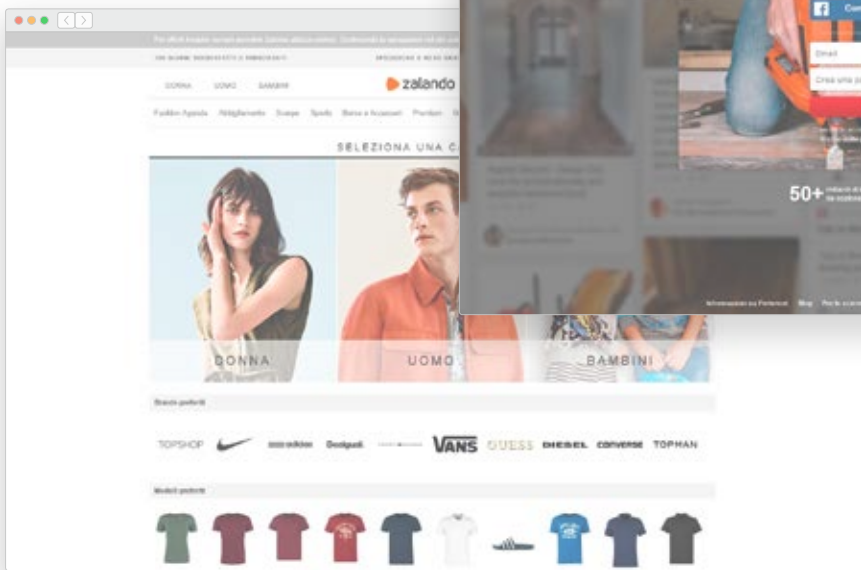
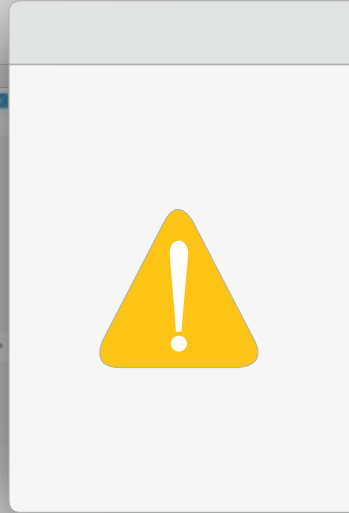
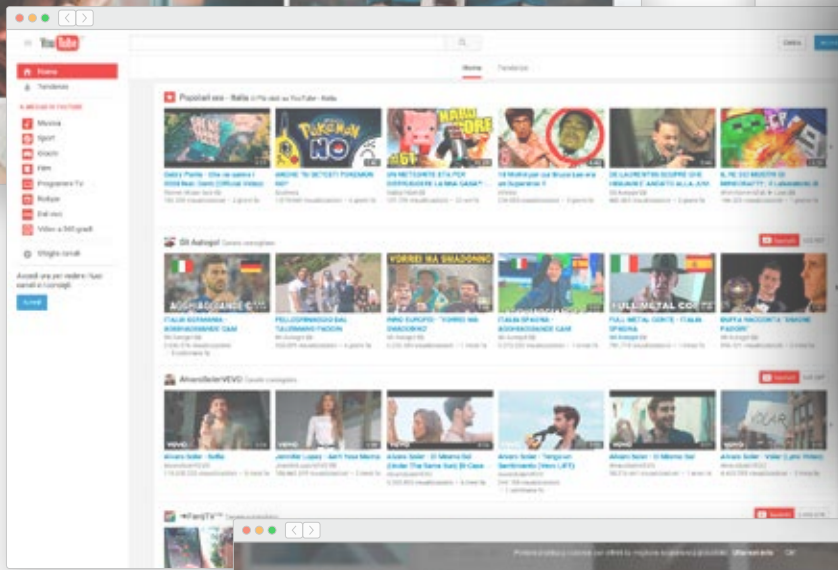
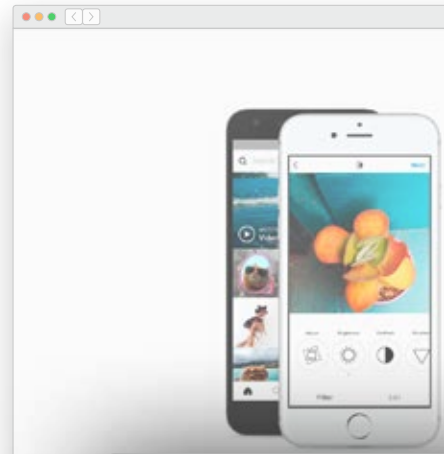
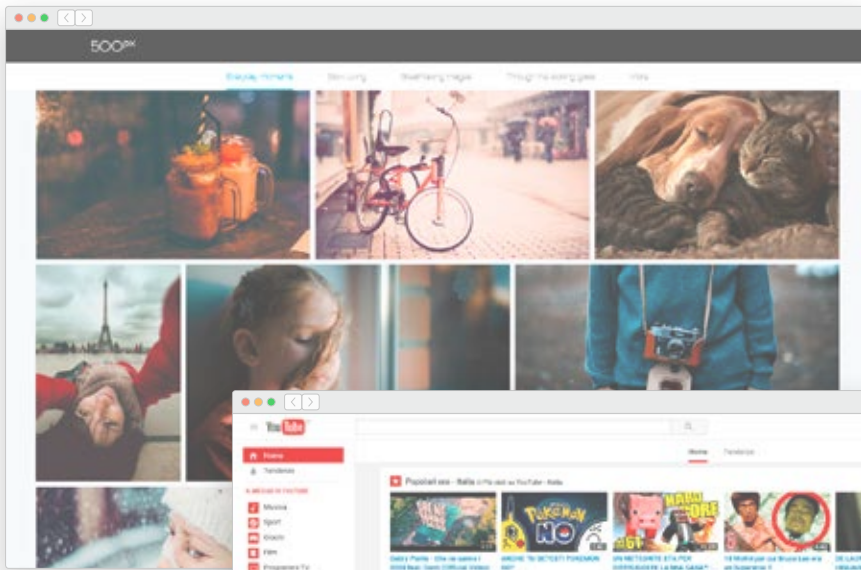
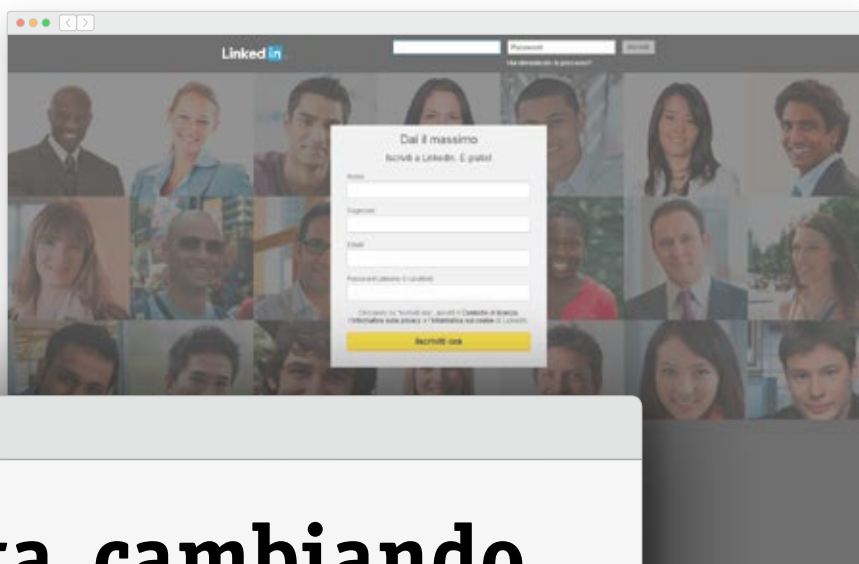
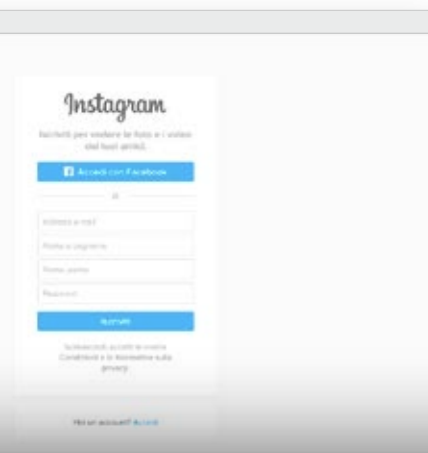


FOTO MAICO/ZAFFAGNINI





Il mondo sta cambiando. Iniziare l'aggiornamento?

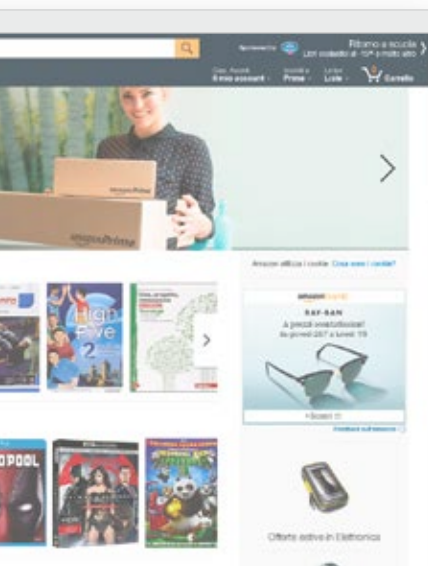
Ok

Ricordamelo più tardi

Stiamo vivendo un cambiamento epocale, paragonabile a rivoluzioni come la scrittura o la stampa tipografica. I nuovi media digitali – da internet al cellulare, dalle email ai social network – hanno cambiato non solo il modo in cui comunichiamo, ma addirittura il modo in cui pensiamo e ci comportiamo. Esagerato? Forse ci siamo dimenticati che fino a qualche anno fa per incontrarci dovevamo fissare posto e ora, oggi non importa perché tanto "Ci messaggiamo!". Ieri cercavamo informazioni sull'enciclopedia o chiedendo a qualcuno, oggi facciamo una ricerca su Google. Ieri compravamo nei negozi della nostra città, oggi acquistiamo online spesso senza sapere da dove la merce arriva. La lista degli esempi è lunga, lunghissima... E dentro c'è anche il mondo dei serramenti. L'importante è non far finta che sia tutto come prima, perché niente è come prima.

■ TESTO DI ELISABETTA VOLPE

■ TEMPO DI LETTURA 20'



Navighiamo tutti sulla stessa barca

«Io faccio finestre! Questo so fare e questo voglio continuare a fare. Che me ne importa di internet?» È vero che in alcuni settori la comunicazione digitale è più presente che in altri (per esempio nel turismo o nella moda – prenotare un hotel online o acquistare un paio di pantaloni su un e-commerce è diventato molto comune), ma pensare che esistano ancora settori dove si possa ignorare l'esistenza di siti web, email e social network significa sottovalutare la portata di quello che sta accadendo.

I dati Eurostat confermano la svolta digitale

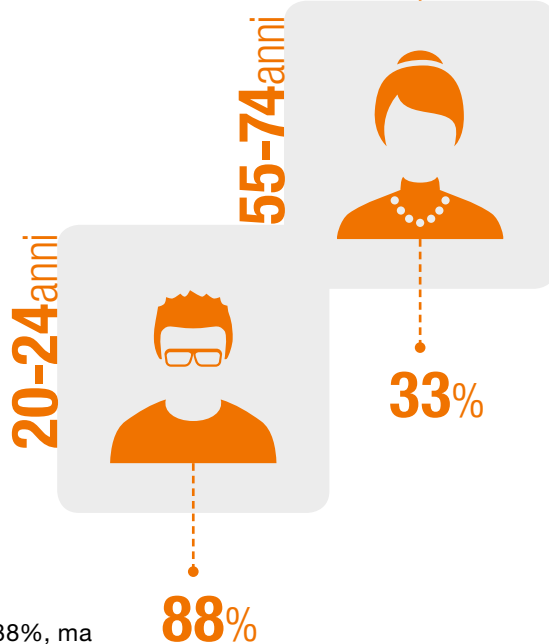
Per avere la misura di quanto internet sia diffuso, abbiamo messo mano all'enorme banca dati Eurostat, l'ufficio statistico dell'Unione Europea¹. I numeri concordano: l'uso dei media digitali è in impennata. Nelle infografiche che seguono abbiamo sintetizzato i trend più interessanti: ecco i numeri che ti convinceranno a entrare nei media digitali, perché è lì che i tuoi clienti stanno andando.

¹ Il database Eurostat può essere consultato (in inglese, tedesco e francese) sul sito <http://ec.europa.eu/eurostat>

62% italiani online ogni giorno



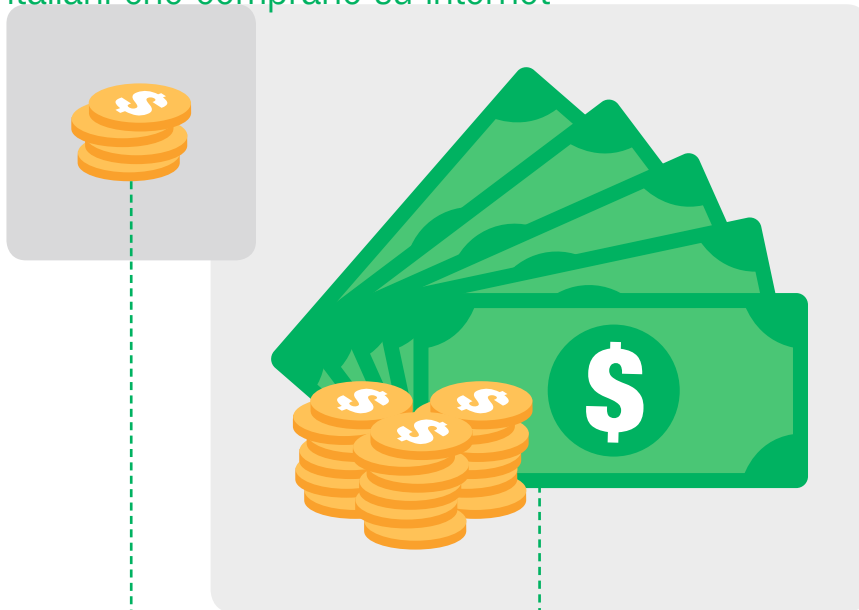
ILLUSTRAZIONI ISTOCK / ELAB. MAICO/LEITER (TUTTE)



Il 62% degli italiani usa internet ogni giorno

Se nel 2006 gli italiani che navigavano quotidianamente in rete erano il 29%, nel 2015 sono più che raddoppiati arrivando al 62%. Nella fascia d'età 20-24 anni si tocca la punta dell'88%, ma guai a pensare che la *silver generation* sia tagliata fuori: nella fascia 55-74 anni accede a internet ogni giorno una persona su tre (rispetto a uno su dieci nel 2006).

italiani che comprano su internet



9% nel 2006 ----> 26% nel 2015

Acquisti online in crescita, ma sotto la media europea

Nel 2015 gli italiani che hanno fatto almeno un acquisto online nell'ultimo anno sono stati il 26% (erano appena il 9% nel 2006). Una crescita decisa, ma il potenziale è ancora alto visto che la media europea si attesta sul 53%, trainata da Paesi come la Germania dove il 73% della popolazione compra su internet.



37% italiani che si informano su internet prima di comprare

Ci si informa online prima di acquistare

Curare la propria presenza online non significa necessariamente avere un e-commerce, può bastare avere un sito e monitorare la propria *web reputation* (reputazione sul web). Perché anche chi compra in negozio usa la rete in cerca di informazioni: il 37% degli italiani si documenta su internet prima di un acquisto, i giovanissimi così come gli ultra quarantenni. Sono circa 22 milioni.

38% italiani sui social



Social network: il 38% degli italiani li usa (tra i giovani il 76%)

Nel 2015 – e il dato è senz'altro in aumento – il 38% della popolazione italiana era presente su almeno un social network (Facebook in primis). Analizzando le anagrafiche rileviamo che la percentuale sale moltissimo tra i giovani, con il 76% dei ragazzi tra i 16 e i 24 anni. Una fascia d'età molto interessante per il nostro settore è quella tra i 25 e i 34 anni, perché solitamente in cerca della prima casa: qui è il 63% a usare i social, in termini assoluti si tratta di 4,3 milioni. Abbastanza da far riflettere un serramentista sull'opportunità di far conoscere il proprio marchio su questo canale.

Aziende online: tanto potenziale nel settore costruzioni

La fotografia del 2015 dice che il 71% delle aziende italiane² ha un sito, il 35% è sui social network, l'8% ha un blog. Il settore delle costruzioni è sotto queste medie (61% sito, 21% social, il 2% blog) ma, se guardiamo il bicchiere mezzo pieno, significa che chi inizia a comunicare online troverà meno concorrenza rispetto a settori più agguerriti come il turismo o la ristorazione.

2 La statistica Eurostat considera solo le aziende con più di 10 dipendenti.

Una bussola per non perdersi in rete

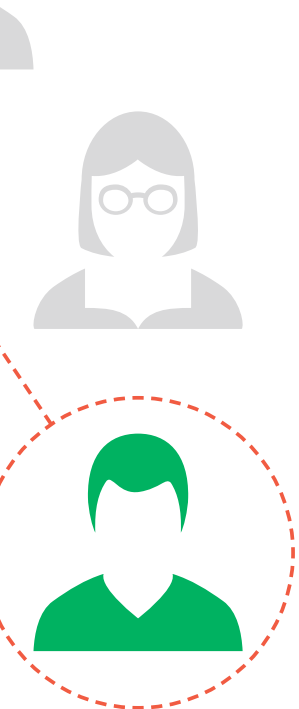
Le statistiche mostrano che il mondo digitale è più reale che mai. Davanti a questo ci si potrebbe spaventare e non fare nulla, incapaci di decidersi tra le infinite possibilità della rete. Oppure ci si può informare e scegliere che cosa ha senso per la propria azienda. A questo serve l'articolo che stai leggendo: è una bussola per i ser-

ramentisti che vogliono capire quello che si può fare online, con suggerimenti pensati specificatamente per il settore.

Ecco i quattro punti cardinali da cui partire:

- web
- social network
- newsletter
- messaggistica istantanea.

»» Per poter scegliere su quali canali promuovere la propria attività, bisogna prima conoscerli. Ecco una panoramica





Web

Semplicemente, tutto quello che inizia con WWW. Tecnicamente, il *World Wide Web* (rete diffusa in tutto il mondo), quella grande parte delle risorse internet raggiungibili con un *browser*.

Sito

Che cos'è

Il sito web è il punto di partenza della presenza online. Come la vetrina di un negozio, mostra a chi ci passa davanti chi è l'azienda e che cosa fa: se la vetrina manca, come faranno i clienti a trovarti? E se la vetrina non fa vedere loro quello che cercano, perché dovrebbero entrare?

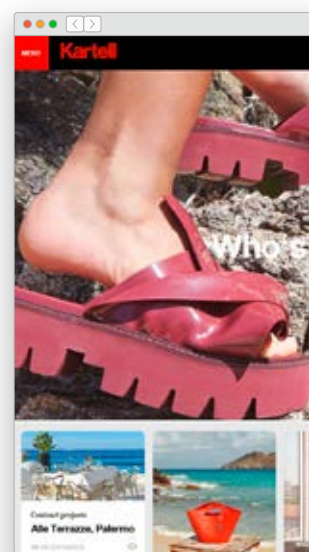
Idee per il serramentista

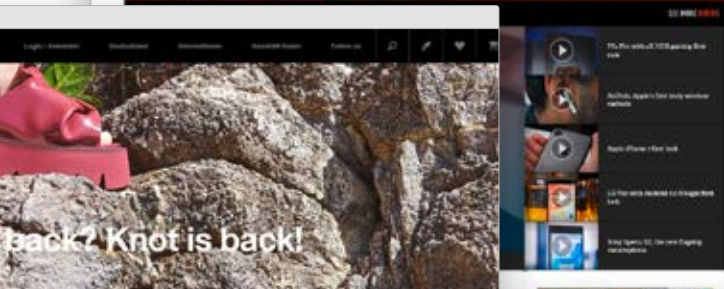
Chiediti che cosa contraddistingue davvero la tua azienda dai tuoi concorrenti e sulla base di questo costruisci il sito.

- È l'estrema cura all'estetica del serramento? Dovrà trasparire dalle immagini, per esempio da foto professionali delle tue realizzazioni meglio riuscite.
- È la conoscenza tecnica? Dimostrala con video girati in produzione o con termografie che provano l'isolamento e la tenuta dei tuoi infissi.
- È il rapporto col cliente prima e dopo la vendita? Fai dei sondaggi di gradimento tra chi ha già acquistato da te e usa le risposte per costruire una sezione "Testimonial": le parole di chi si è trovato bene potrebbero convincere chi ancora non ti conosce.

Attenzione a...

- Non restare nel tuo punto di vista e metti nei panni del potenziale cliente. "Pinco Pallino è l'azienda leader di mercato che offre qualità a 360°" suona di già sentito e, in sostanza, non dice nulla. Che cosa interessa al cliente? Per esempio potrebbero interessargli gli sgravi fiscali per cambiare gli infissi, e allora sul sito ci dovrà essere una pagina che gli spiega come funzionano e lo rassicura sul fatto che lo aiuterai a ottenerli.
- Non limitarti a riversare online i contenuti delle brochure (se l'agenzia di comunicazione a cui ti rivolgi è competente, non lo farà). Quando si legge su uno schermo gli occhi si affaticano e si ha fretta di trovare quello che si cerca. Meglio allora testi brevi, che arrivano subito al punto, frammentati in piccoli blocchi con un titolo, che agevolano la lettura veloce. Un po' come è scritto questo articolo, che simula il layout di un sito web.
- Non dare nulla per scontato. Per te è chiaro quando il negozio è aperto e che se scrivi "antoni" tutti capiranno cosa intendi. In effetti questo può essere ovvio per chi abita nella tua città, ma il pubblico del sito è potenzialmente molto più ampio. Quindi specifica sempre dove sei e gli orari di apertura, e controlla se anche nella provincia vicina alla tua li chiamano antoni (per la cronaca, termine molto utilizzato in Lombardia per indicare quelli che in altre regioni si chiamano scuri, scuroni o portelloni).





SITI DA TENERE D'OCCHIO

- Blog.mestierediscrivere.com
scrivere semplice non è semplice, parola di Luisa Carrada
- Digitalupdate.it
corsi a Bologna e una newsletter per aggiornarsi sul mondo digitale
- Studiosamo.it/blog
il web marketing dalla A alla Z
- Ninjiamarketing.it
un portale sul marketing online
- Blog.tagliaerbe.it
il blog su come fare blog
- Seoblog.giorgiotave.it
tutto sulla SEO (come farsi trovare dai motori di ricerca)
- JuliusDesign.net
un approccio creativo al design del web



How the direc
Netflix's Ama

Blog

? Che cos'è

Sta per *weblog*, dove *log* è il diario di bordo. Infatti questo particolare tipo di sito web nasce come diario, nel quale l'autore (*blogger*) annota le sue riflessioni con testi e immagini (*post*) che vengono pubblicati dal più recente al più datato. Oggi il blog – sul quale possono scrivere anche più autori – spesso è una voce di menu all'interno di un altro sito: cioè si usa il blog per aggiungere contenuti freschi e interessanti e per rendere quel sito gradito a motori di ricerca come Google (vedi SEO a pag. 16). Rispetto a una sezione "News" con l'elenco delle notizie, il blog tende a conservare un tono diaristico dove chi scrive racconta dal suo personale punto di vista.

» Il blog assomiglia a un diario. Con i suoi contenuti sempre aggiornati, può aiutare il sito a scalare la classifica nelle pagine di ricerca

? Idee per il serramentista

Per pubblicare contenuti di valore sul blog, occorre pensare a che cosa è interessante per il potenziale lettore. Quindi chiediti:

- Per chi scrivo questo blog? Più il tuo identikit è dettagliato, più preciso potrai essere nel trovare gli argomenti giusti. Non accontentarti di un generico "È per i privati" ma specifica "Il mio cliente ideale è il privato, generalmente donna che vuole ristrutturare casa, età tra i 35 e i 45 anni, informata, lavora come libera professionista, legge riviste di arredamento eccetera eccetera...". Si può individuare anche più di un cliente ideale.
- Che cosa potrebbe cercare questo tipo di persona su internet? Pensa alle domande più frequenti che ti fanno nello showroom: probabilmente sono le stesse che potenziali clienti stanno digitando nel campo di ricerca su Google. Il segreto è scrivere un blog che risponda a quelle domande.

! Attenzione a...

- Prepara un calendario prima di partire: decidi ogni quanto devono uscire i post (una o più volte a settimana, ogni quindici giorni, mensilmente), stabilisci gli argomenti dei quali parlare e individua chi ne scriverà. Se parti senza avere davanti una pianificazione di massima, rischi di pubblicare quasi giornalmente appena il blog è inaugurato e poi – passata la novità iniziale – lasciare dei vuoti temporali di mesi (o addirittura di anni!).
- Non utilizzare il blog come un giornalino interno alla tua azienda. Pensa sempre a chi lo legge: se vuoi usare il blog per attirare sul tuo sito potenziali nuovi clienti, non scrivere "Abbiamo cambiato il gestionale" ma cerca l'aspetto che interessa al lettore. Per esempio "Preventivi in 1 giorno grazie al nuovo gestionale più veloce".





KIT DI RISORSE PER INIZIARE

- **Wordpress.com**
per creare siti e blog senza spendere una fortuna
- **Canva.com**
uno strumento di grafica per chi grafico non è
- **Easel.ly**
per comunicare visivamente i dati sotto forma di infografiche
- **Creately.com**
per realizzare diagrammi online, senza registrazione
- **Pixlr.com**
per fare fotoritocco online gratuitamente
- **Google Analytics, Google Keyword Planner e Google Trends**
i potenti strumenti Google (non per principianti assoluti)
- **Hootsuite**
per gestire in maniera integrata i social network
- **IFTTT (If This Then That)**
strumento gratuito per automatizzare qualunque cosa sia connessa a internet. Per esempio: accendi il riscaldamento quando il meteo prevede un temporale, condividi automaticamente su Facebook le foto che posto su Instagram...

SEO

? Che cos'è

Fare SEO (*Search Engine Optimization*, ottimizzazione per i motori di ricerca) significa cercare di far comparire il nostro sito il più in alto possibile nella lista dei risultati che il motore di ricerca (quasi sempre Google) propone quando si digitano le parole chiave (*keyword*). La posizione che il nostro sito occupa nella pagina dei risultati si chiama, appunto, posizionamento (*ranking*). Posizionarsi in alto è molto importante: si stima che il 70% dei navigatori clicchi su uno dei primi 5 risultati, addirittura il primo risultato attirerà ben il 30% degli utenti! Il posizionamento non può essere deciso da noi, bensì viene assegnato dall'algoritmo del motore di ricerca. Quello che possiamo fare è costruire il sito in modo da piacergli, senza trucchetti. In linea di massima vengono premiati:

- i contenuti ben scritti contenenti le parole ricercate
- i siti che ricevono link da altri siti pertinenti e di qualità.

💡 Idee per il serramentista

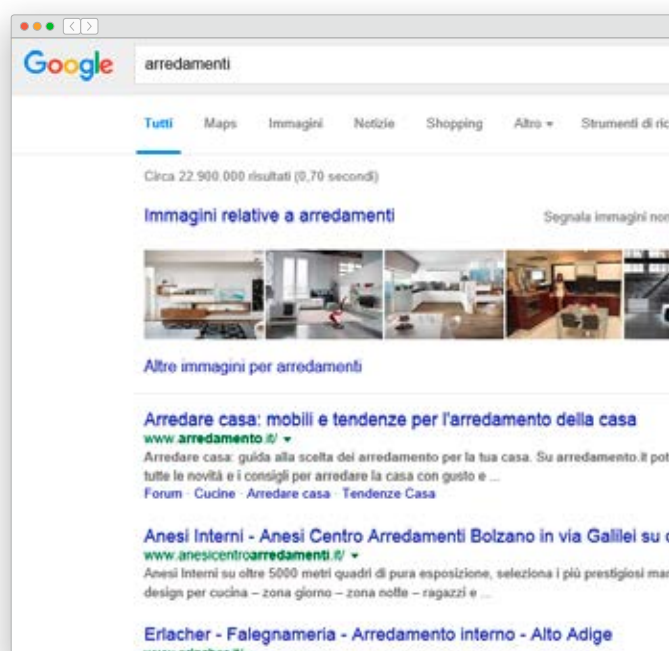
- Se vuoi essere trovato non solo da chi digita il nome della tua azienda o l'indirizzo esatto del tuo sito ma vuoi intercettare anche chi cerca, per esempio, "Infissi Ancona" o "Finestre PVC colorate", hai bisogno della SEO: affidati a professionisti che ti aiuteranno a capire quali sono le parole chiave più ricercate e a costruire pagine *ad hoc*.

! Attenzione a...

- Non pensare che i navigatori cerchino su Google i tuoi prodotti con gli stessi termini che useresti tu: probabilmente digiteranno "Finestre grandi" anziché "WindowMaxi". Non devi cambiare i nomi di prodotto, solo rendi esplicito di che cosa si tratta, per esempio "Finestre grandi? Scopri la linea WindowMaxi".
- Non cercare di ingannare Google: è sempre più intelligente e premia i testi scritti per

essere letti dagli esseri umani a discapito di quelli costruiti per farsi trovare dagli algoritmi. Quindi niente escamotage come elenchi di parole chiave scritti in bianco e, in generale, accumuli esagerati di keyword (*keyword stuffing*, "imbottitura" di parole chiave). Queste vecchie tecniche artigianali sono ormai mal viste dai motori di ricerca e rischiano di avere l'effetto contrario, ovvero penalizzare il sito.

» La SEO serve a tutti i serramentisti che vogliono un sito ben visibile nelle ricerche su Google. Invece non è detto che l'e-commerce sia necessario



Ecommerce

? Che cos'è

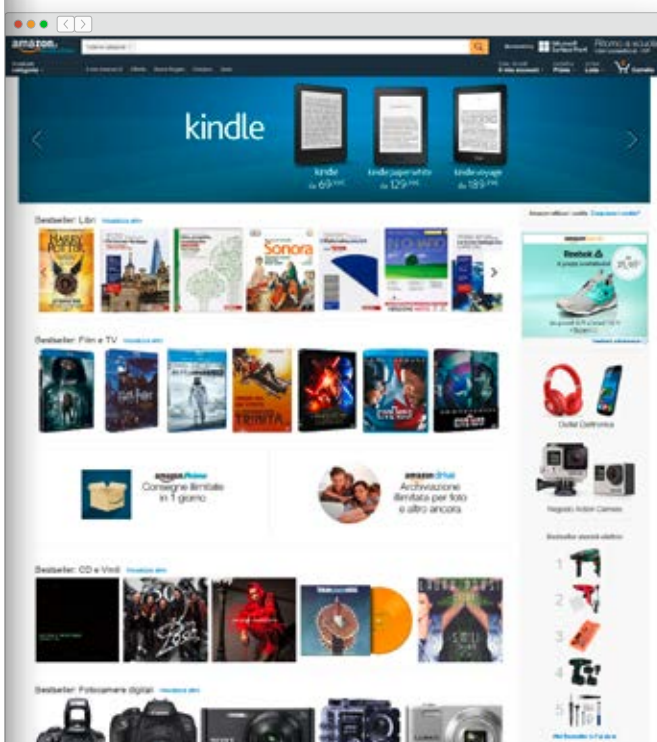
Commercio elettronico, ovvero la vendita via internet. Largamente diffuso per alcune tipologie di beni e servizi (per esempio biglietti aerei e ferroviari, hotel, elettronica, musica, libri, abbigliamento...) incontra resistenza per altre. Il passaparola mantiene la rilevanza che ha nel commercio tradizionale, sotto forma delle recensioni di chi ha già acquistato.

💡 Idee per il serramentista

- Le finestre e le porte rientrano tra i beni difficili da vendere online, sebbene degli esempi esistano già (Leroy Merlin e Bricoman). Ma potresti prendere in considerazione l'e-commerce per la vendita di accessori (per esempio tende, kit di manutenzione, vernici...).

! Attenzione a...

- Non fare il passo più lungo della gamba. Prima di avviare le vendite online, assicurati di essere in grado di gestirle, dall'infrastruttura informatica alla logistica. Altrimenti valuta se appoggiarti a ecommerce esistenti, tipo Amazon, che si occupano sia della piattaforma web, sia di stoccaggio, imballaggio, spedizione e assistenza clienti.





Social network

Letteralmente "rete sociale". Sono piattaforme online dove gli utenti entrano in contatto e interagiscono tra loro. Non solo visualizzano contenuti (testi, foto, video), ma anche li creano, li condividono, li commentano. Di seguito approfondiamo alcuni dei social network sui quali ha più senso che un'azienda di serramenti sia presente.

Facebook

Che cos'è

Nato nel 2004 come annuario digitale per raccogliere nomi e foto degli studenti dell'università di Harvard dove studiava Mark Zuckerberg (suo fondatore), è oggi il social network più diffuso: 1,65 miliardi di utenti nel mondo, circa 28 milioni in Italia nel 2016. Le persone hanno un "profilo" con nome e cognome, le aziende e i personaggi famosi hanno una "pagina". Una pagina ha funzionalità leggermente diverse rispetto a un profilo, per esempio mostra le statistiche (anagrafiche di coloro i quali hanno messo "Mi piace", orari in cui sono attivi su Facebook, grafici dei post che hanno suscitato più reazioni...).

Idee per il serramentista

- Prima focalizza il tipo di persone che vuoi raggiungere con la tua pagina Facebook, per esempio i privati. Poi abbozza una mappa dei contenuti: a quali temi sono più interessati? Il risparmio, la muffa, la manutenzione, l'isolamento, l'acustica? A quali miei prodotti posso collegare questi temi? Chi scriverà i testi, chi farà le foto, posso permettermi dei video?
- Una volta definiti gli argomenti da sviluppare, ordinali in un calendario che specifichi quando pubblicare cosa. Avere un calendario editoriale è fondamentale: non rischierai di alternare periodi in cui pubblici più volte al giorno a settimane o mesi in cui non hai nulla da dire.
- Integra Facebook con gli altri canali. Per esempio se aggiungi un post sul blog o una nuova pagina al sito, pubblica su Facebook il link che rimanda alla novità.
- Se stai pensando di sperimentare la pubblicità a pagamento su Facebook, sappi che può essere incredibilmente mirata. Per esempio potresti mostrare un post sulle agevolazioni per giovani coppie solo a chi abita nella tua provincia, ha meno di 35 anni, è impegnato e ha messo "Mi piace" a pagine di arredamento.

» Facebook è di gran lunga il social network più diffuso. Se vuoi esserci anche con la tua azienda, attenzione a crearle una "pagina" e non un "profilo personale"

! Attenzione a...

- Per la tua azienda crea una pagina e non un profilo: il profilo è solo per persone fisiche con nome e cognome e Facebook potrebbe chiederti un documento di identità; se le generalità non corrispondono, il profilo potrebbe essere chiuso da un giorno all'altro. La tua azienda ha già un profilo? Fai la "migrazione" dei contenuti su una nuova pagina.
- Non chiedere ai tuoi amici di mettere "Mi piace" alla pagina aziendale: l'obiettivo è raggiungere persone davvero interessate ai contenuti che pubblichi, che li possano condividere o commentare, e non di far lievitare indiscriminatamente il numero dei fan. All'inizio meglio pochi ma buoni.

The screenshot displays the Facebook interface for the Ceres brand. At the top, the Ceres logo is visible in the header and on the left sidebar. The main content area features a post from Ceres with the text "Ceres è waterproof dal 1856." accompanied by an image of a Ceres beer bottle. Below the post, there are engagement metrics such as "6,9 mila" likes and "320 condivisioni". The right sidebar contains sections for "Gibberande" (posts from friends), "INFORMAZIONI" (contact details), "PIACONO A QUESTA PAGINA" (users who like the page), "VIDEO" (a video titled "NAPOLEONE"), and "APPLICAZIONI" (related apps like "Festiveurtime", "Ceres Party", and "Netiquette"). The bottom of the page shows a post from Giuseppe Claudio Speciani with the text "Domani è il Salami Day. E secondo noi il salami (pronuncia 'salama', a l'Americana) con la Ceres ci sta bene. Giusto. Può accompagnare solo - Meme?".

LinkedIn

Che cos'è

È un social network professionale. Si parla non di "amici" come su Facebook ma di "collegamenti", ovvero contatti di lavoro e persone che hanno a che fare col proprio mestiere. Il profilo LinkedIn appare come un curriculum, con l'elenco di studi e lavori svolti. Tra le funzioni più interessanti le "competenze": l'utente indica quello che sa fare – per esempio Autocad, controllo numerico, acquisti, vendite... – e i suoi collegamenti possono confermarlo o addirittura scrivere per lui una "segnalazione" (simile a una lettera di referenze).

Idee per il serramentista

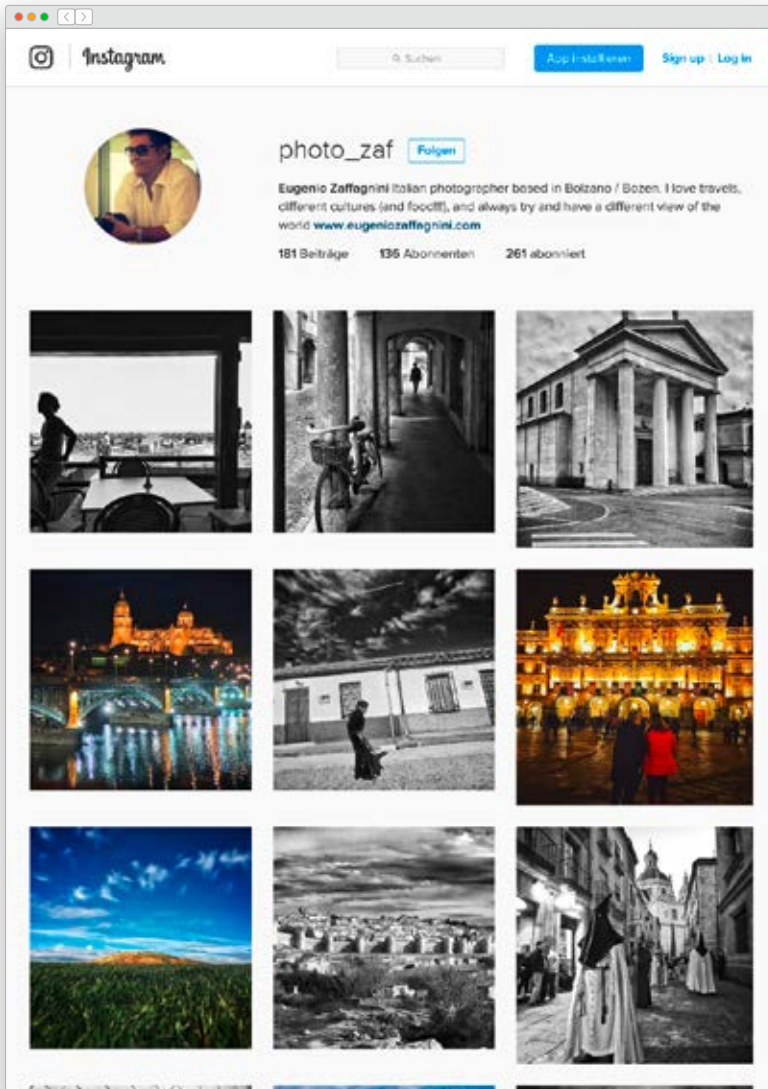
- Se cerchi nuovi collaboratori da assumere, puoi pubblicare un'inserzione su LinkedIn e consultare il profilo dei candidati prima di un eventuale colloquio.
- Puoi usare questo social network per raggiungere e mantenere relazioni con un pubblico specifico, come quello degli architetti.

Attenzione a...

- Non usare lo stesso tono colloquiale che useresti su Facebook, ma usa LinkedIn per trasmettere la tua professionalità.



The screenshot shows a LinkedIn profile for Mauro Zamberlan. The profile includes a header with the LinkedIn logo, a search bar, and navigation tabs for Home, Profile, My Network, Work, and Interests. The main profile section features a profile picture of Mauro Zamberlan, his name, and a summary: "Business writer, Web marketing specialist, Consulente filosofico e Giornalista pubblicitario". It also lists his location (Vicenza, Italia) and industry (Marketing e pubblicità). Below this is a "Percorso professionale e accademico" section with a "Competenze" sub-section. The "Competenze" section is divided into "Competenze principali" and "Altre competenze di Mauro". The "Competenze principali" list includes Copywriting, Marketing online, Marketing communication, Strategia di marketing, Web content management, Content Marketing, Business Writing, Web Marketing, Philosophical Counseling, and Press Office. The "Altre competenze di Mauro" list includes Social media marketing, Marketing Communications, Content Writing, Creative Writing, Persuasive Writing, Web Writing, Problem Solving, Marketing via e-mail, Managing Editor, Marketing Copy, Digital Copywriting, Media Relations, Business Journalism, Web Editing, and Mind Mapping. The "Formazione" section lists several educational courses: "Madrì Internet Marketing" (Corso professionale di Web Marketing, 43 ore, 2013), "Scuola Superiore di Counseling Filosofico" (Diploma di Counselor Filosofico, Master triennale riconosciuto dalla SICoF - Società Italiana di Counseling Filosofico, 2010-2012), "Il Sole 24 Ore Formazione ed Eventi" (IV modulo dello Short Master "Nuove professioni digitali", Web Editor, 22 ore, 2012), "Stogea" (Executive Master in Comunicazione d'azienda, comunicazione pubblicitaria e relazioni pubbliche, 2004), and "Assistal (Padova)" (Corso di specializzazione in "Responsabile dello sviluppo dell'immagine aziendale", 800 ore).



»» Ogni social ha la sua vocazione: per LinkedIn professionale, per Instagram visuale con foto e video

Instagram

? Che cos'è

È il social network dove si condividono foto (e video). Si tratta di un'applicazione per smartphone: si fa una foto, la si migliora con regolazioni e filtri, la si pubblica con l'aggiunta di una didascalia o di *hashtag* (parole precedute dal simbolo # che farà trovare la foto a chi cercherà quelle parole). Si può seguire i profili che interessano diventandone *follower* e si può essere seguiti.

💡 Idee per il serramentista

- Usa Instagram se l'estetica è importante nel tuo lavoro e credi nella forza delle immagini: foto dei tuoi scorrevoli installati in edifici mozzafiato, dettagli curati sulle finestre, ristrutturazioni ben riuscite, scorci d'effetto nel tuo showroom...

! Attenzione a...

- Evita di entrare su questo social network se non hai un buon fotografo o se le foto che fai non sono abbastanza curate. Su Instagram l'apparenza è tutto. Le foto amatoriali fatte in fretta (a meno che non trovi un tuo stile davvero riconoscibile e unico) non saranno apprezzate, e potrebbero trasmettere un'idea sbagliata del tuo lavoro.

Newsletter



Anche se le statistiche dicono che mediamente i tassi di apertura delle email si aggirano intorno al 10-30% e i clic sui link al loro interno si fermano al 5-10%, la newsletter resta uno dei canali più diretti ed efficaci per parlare al proprio pubblico, a patto che l'indirizzario sia pulito e composto da persone interessate.

? Che cos'è

Sono messaggi di posta elettronica (*email*) che si mandano a cadenza regolare a una lista di destinatari, i quali hanno dato il loro consenso a ricevere tali email.

💡 Idee per il serramentista

- Dai un motivo per aprire l'email fin dal titolo, che deve essere concreto e breve (50-60 caratteri, altrimenti sarà troncato).
- Puoi usare la newsletter per vendere: allora avviserai delle promozioni o di nuovi prodotti in arrivo.
- Puoi usare la newsletter per informare: darai consigli su come fare manutenzione delle finestre ingrassando la ferramenta o su come prevenire la muffa.
- Puoi usare la newsletter per mantenere la relazione: condividerai l'emozione di foto suggestive o indirai un sondaggio per dare importanza all'opinione delle persone che ti seguono (per te potrebbe essere l'occasione per conoscerle meglio, per esempio per capire cosa è importante per loro quando acquistano una finestra).
- Concludi la newsletter con un invito all'azione (*call-to-action*): "Clicca qui per saperne di più", "Contattaci per una consulenza", "Chiedici un preventivo"...

! Attenzione a...

- Non mettere "in chiaro" la lista degli indirizzi in modo che i destinatari non vedano le email degli altri: violeresti la loro privacy.
- Evita di scrivere dalla tua casella di posta elettronica e utilizza piuttosto un sistema per l'invio di newsletter, detto *mailer*. Ha moltissimi vantaggi: puoi personalizzare l'intestazione col nome del destinatario, impaginare facilmente in un modello preimpostato, automatizzare l'invio a una certa ora di un certo giorno, avere le statistiche con le percentuali e i nomi di chi ha aperto l'email o ha cliccato su un link... Tra i mailer più diffusi (alcuni disponibili in versione gratuita con qualche limitazione) ci sono MailChimp,

VoxMail, GetResponse, MailUp, MagNews, ContactLab...

- Permetti agli iscritti di cancellarsi dalla newsletter inserendo un apposito link in fondo a ogni email: è un loro diritto.
- Preferisci un tono di voce umano e diretto al noioso "burocratese" infarcito di formalismi. Niente "Si comunica che dal mese prossimo venturo sarà avviata un'azione promozionale rivolta alle sostituzioni di infissi", meglio "A novembre sconti fino al 20% per chi cambia le vecchie finestre".

» Un serramentista può usare la newsletter per condividere quello che sa sugli infissi, per incentivare le vendite, per mantenere relazioni con chi ha già acquistato...



POPCOPY. LA NEWSLETTER PIÙ SCOPPIETTANTE. [Apri sul tuo browser](#)
By Pennamontata

Storytelling. raccontare

C'era una volta una storia. Ma non una storia qualunque, eh! Una speciale per tutti quelli che la ascoltavano.

Storie come questa esistono ancora. Sono quelle della tua azienda.

Per imparare a raccontare la tua storia, questa settimana ti invitiamo a partecipare a un corso **allo storytelling**. Dentro ci troverai tanti consigli e una tutta un'altra storia!

Un lieto fine... settimana da Pennamontata.

Listen First!

LA NEWSLETTER PIÙ UTILE E SCOPPIETTANTE. [Apri sul tuo browser](#)

SCOPRI GLI EVENTI DEL MESE

Benvenuto in PopCopy, la newsletter di Pennamontata.

Toc toc... Chi è?
Ciao sono PopCopy, la newsletter di Pennamontata. Sono qui per farti una sorpresa. Visto che partecipi agli eventi Pennamontata e segui il suo blog, spero proprio di piacerti.



Messaggistica istantanea

In inglese *instant messaging*, ovvero sistemi di comunicazione in tempo reale che consentono lo scambio di brevi messaggi attraverso la rete.

? Che cos'è

Sono WhatsApp, Skype, Facebook Messenger, Telegram... Spesso i sistemi di messaggistica istantanea permettono non solo di scriversi in tempo reale, ma anche di scambiarsi file (comprese le foto), di conversare o di collegarsi in videoconferenza.

💡 Idee per il serramentista

- La messaggistica istantanea potrebbe esserti utile nel post-vendita: fatti mandare la foto della finestra che il privato dice essere rotta, così vedi subito quale pezzo ha bisogno di essere sostituito o regolato risparmiandoti un sopralluogo.

! Attenzione a...

- Non dare il tuo numero di cellulare personale se non vuoi rischiare di ricevere notifiche a qualsiasi ora di qualsiasi giorno; usa invece un cellulare aziendale dedicato all'assistenza.



Tanti canali, una strategia

Online si può fare quasi tutto, ma fare tutto non serve: serve quello che è utile alla propria azienda. Sarebbe controproducente essere su tutti i canali, aprire profili, investire risorse per poi rendersi conto di non riuscire a starci dietro o che non fruttano abbastanza.

Per il marinaio che non sa dove andare, nessun vento è favorevole (Seneca)

Prima di partire dobbiamo chiarirci la rotta, la strategia. Pensiamo a:

- CHI sono le persone che vogliamo raggiungere con la nostra comunicazione online: clienti che abbiamo già per assisterli e fidelizzarli? o nuovi acquirenti per espanderci? sul nostro territorio o più lontano? che età hanno? quali sono i loro interessi?
- PERCHÉ vogliamo comunicare online: definiamo obiettivi (misurabili) da raggiungere contattando il nostro pubblico.
- COSA abbiamo da dire e offrire.

Solo dopo entra in gioco il COME, cioè la scelta dei canali di comunicazione più adatti alla nostra strategia digitale, scegliendo tra web, social network, newsletter... Per continuare a essere competitivi in un mondo che cambia. ■

L'ARTICOLO IN PILLOLE

- Sono nati e stanno nascendo nuovi modi per comunicare, comprare, conoscere.
- Anche i serramentisti possono avvicinarsi a questi nuovi mezzi digitali – web, social network, newsletter... – per raggiungere o fidelizzare clienti.
- Non è necessario essere dappertutto: prima chiarirsi l'obiettivo, poi scegliere i canali giusti per raggiungerlo.

MAGGIORI INFORMAZIONI

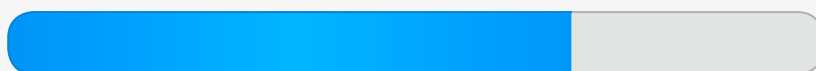
Zaffagnini Eugenio
Comunicazione Maico
e.zaffagnini@maico.com

**Il mondo sta cambiando.
Iniziare l'aggiornamento?**

Ok

Ricordamelo più tardi

Cambiamento in corso...



Preparali a essere intelligenti

Vuoi che i tuoi serramenti siano capaci di comunicare con gli impianti di un edificio *smart*? Con l'allarme, il riscaldamento o con il cellulare? Solo tu che li costruisci puoi dare ai tuoi infissi le basi per diventare intelligenti: tutto comincia da contatti magnetici, motori a scomparsa, serrature che si controllano via internet... L'abc della domotica è nelle tue mani.

■ TESTO DI ELISABETTA VOLPE

■ TEMPO DI LETTURA 5'

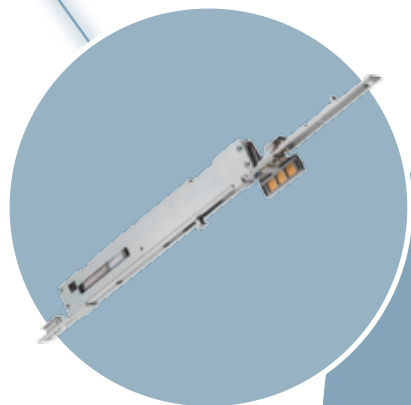
Si chiama *smart building* (o edilizia intelligente o domotica...) e ci permette di controllare, gestire, automatizzare la nostra casa ovunque ci troviamo. Per essere più sicuri contro i ladri. O per risparmiare sui consumi energetici. O semplicemente per facilitarci la vita.

Serramenti tecnologici

Anche le porte e le finestre potrebbero dialogare con gli impianti di una casa tecnologica. Si aprirebbero scenari nuovi: un avviso se stiamo uscendo dimenticando una finestra aperta, lo spegnimento dei termosifoni quando arieggiamo, l'apertura automatica delle finestre al superamento di un certo tasso di umidità e CO₂ per avere sempre un'ottima qualità dell'aria interna. Oppure lo sblocco a distanza della porta d'ingresso per far rientrare nostro figlio che ha perso le chiavi... Le situazioni sono tante. L'importante è che sull'infisso ci siano "componenti intelligenti" che lo rendano capace di interagire con l'edificio domotico.

Dipende dal serramentista, ma non deve fare tutto da solo

Spetta unicamente al serramentista montare o meno le componenti (nottolini, serrature, motori...) che faranno parlare i serramenti col resto della casa. Niente panico: chi realizza gli infissi ha sì il compito di equipaggiarli con gli accessori giusti, ma del collegamento col sistema centrale e gli altri impianti si occupa l'elettricista o l'esperto di domotica. Quello che al serramentista basta sapere è che cosa può applicare sulle sue porte e finestre per renderle tecnologiche. Scopriamo le componenti Maico più evolute.



Così gli infissi sanno fare di più

Ecco una panoramica dei meccanismi Maico per finestre e porte *smart*.

Contatti magnetici: rilevano se le finestre sono aperte o chiuse

COSA SONO

Sul lato inferiore dell'anta della finestra (ma anche di una porta o di un alzante scorrevole HS) si applica una prolunga con contatto magnetico. Sul telaio si applica lo speciale scontro "controllo chiusure" e due contatti REED.

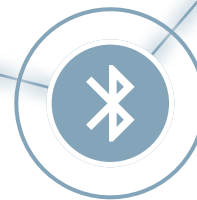
COSA FANNO

Queste quattro componenti sono in grado di riconoscere la posizione della finestra: chiusa, aperta, a ribalta (se l'anta è solo appoggiata al telaio, per esempio perché un colpo di vento l'ha spinta, il sistema non s'inganna e la segnala come aperta). Dopo che l'elettricista collega i cavi alla centralina, è possibile monitorare lo stato delle finestre dell'edificio e collegarle agli impianti di allarme e di riscaldamento.





FOTO MACO (TUTTE)



Motore a scomparsa: apre la finestra a ribalta e la richiude

COS'È

È un motore invisibile, integrato alla prolunga inferiore e incassato nell'anta. Ci sono anche un passacavi a contatto (placca sull'anta e scontro sul telaio) e una forbice a comando forzato. Per finestre in qualsiasi materiale.

COSA FA

Apre la finestra a ribalta e la chiude. Il comando può essere impartito da un semplice interruttore, da un telecomando o da un dispositivo mobile (smartphone o tablet) via bluetooth.

Se in casa ci sono sensori di umidità, temperatura e CO₂, l'apertura può essere automatizzata quando certi limiti vengono superati, per avere sempre una buona qualità dell'aria e disperdere l'umidità in eccesso prevenendo la muffa.



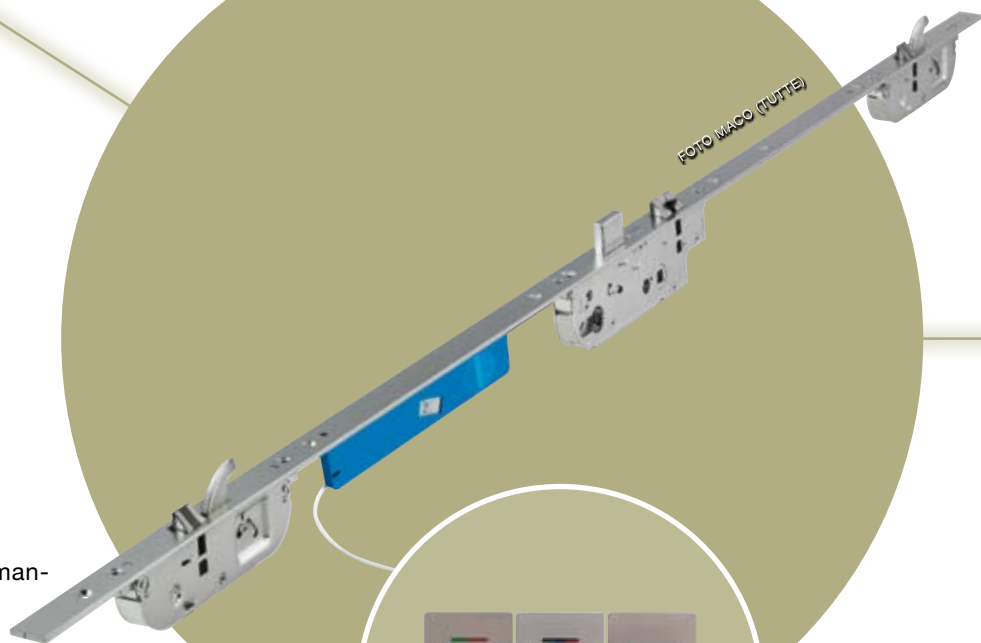
Serratura autobloccante: chiude sempre la porta a chiave

COS'È

È una serratura per porte d'ingresso con 6 punti di chiusura: 3 scroccchi, 2 ganci e la mandata. Si apre con comando elettrico.

COSA FA

Fa scattare tutti i punti di chiusura ogni volta che la porta viene chiusa: non appena l'anta è allineata al telaio, i punti di chiusura escono, compresa la mandata. Più sicurezza, migliore ermeticità e la certezza che la porta è sempre chiusa a chiave, anche negli ingressi dei condomini comandati da citofono.



IN ARRIVO
NEL 2017



FOTO MAICO (TUTTE)

**Sistema OpenLife:
autorizza gli accessi e
apre da remoto**

COS'È

A breve sarà disponibile OpenLife, un sistema di gestione degli accessi con controllo da remoto in tempo reale. Il "cervello" del sistema è l'IQ, ovvero un router con SIM integrata (basta inserire la spina nella presa della corrente e da solo si collega a internet). L'IQ può comandare una o più delle seguenti componenti:

- cilindro elettronico senza cavi, apribile con transponder
- maniglia elettronica senza cavi, apribile con transponder
- unità di controllo e lettore murale, nel caso in cui si vogliano integrare al sistema altre componenti motorizzate di Maico (per esempio la serratura autobloccante o il motore a scomparsa) ma anche di altri fornitori.

L'IQ riconosce e si collega via wireless a queste tre componenti, senza che ci sia bisogno di configurazioni.

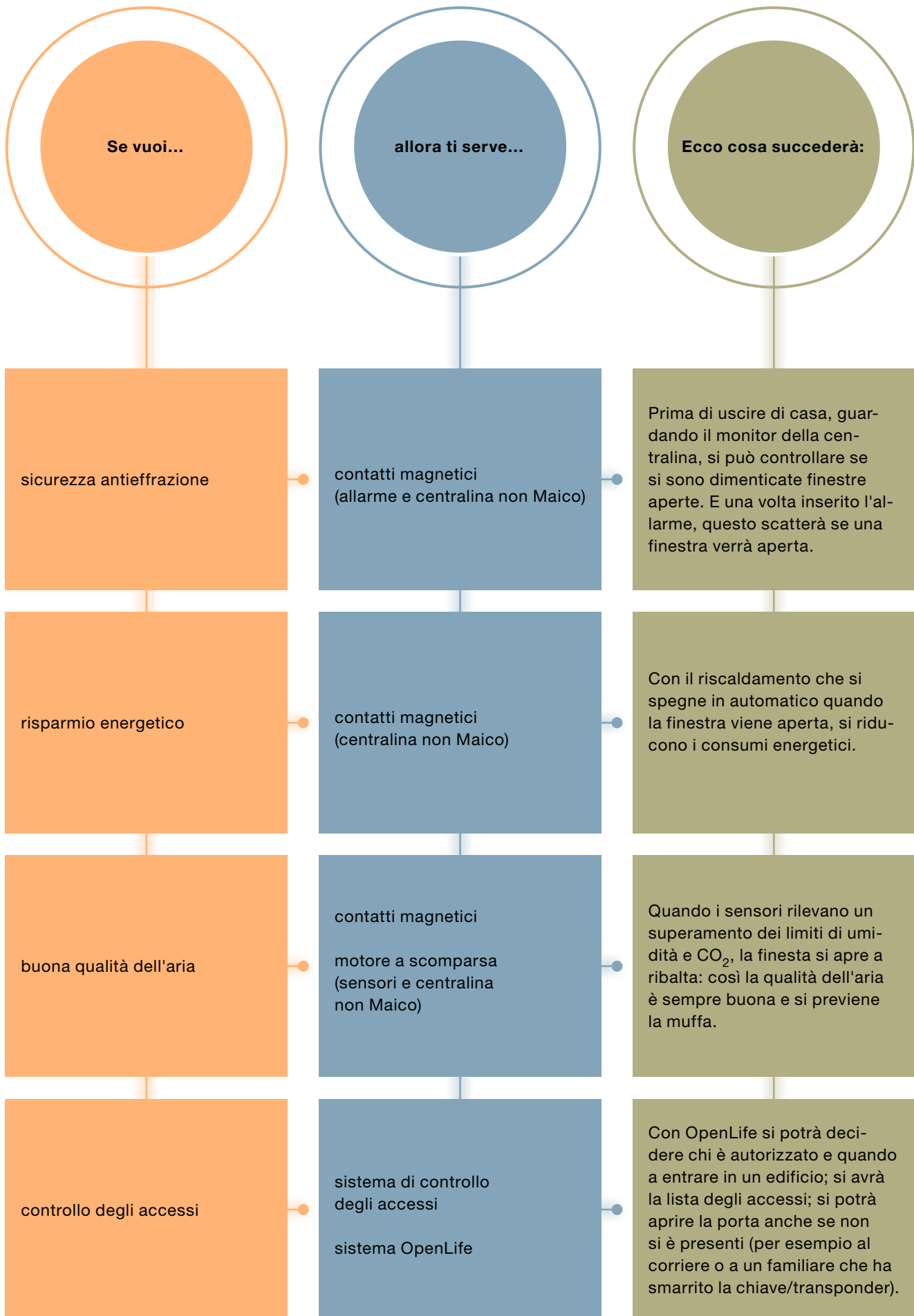
COSA FA

Permette una gestione degli accessi complessa, per edifici dove entrano più persone (come uffici o hotel). Nelle case private, permette di aprire la porta da remoto (se un familiare ha smarrito il transponder o per autorizzare un'entrata in un momento specifico, per esempio quando arriva il corriere o la colf). Gli accessi sono segnalati da messaggi di notifica e vengono registrati. Lo scambio dei dati è criptato e dunque protetto dalla pirateria informatica. I serramentisti che vogliono provare il sistema OpenLife – installandolo nel proprio showroom o da clienti privati – riceveranno formazione e supporto da Maico. ■

MAGGIORI INFORMAZIONI

Daniel Gufler
Maico Product &
Application Management
d.gufler@maico.com





sim sala BIM



■ TESTO DI ROBERTA SODA

■ TEMPO DI LETTURA 8' 30"

Entra in un mondo fantastico: dove gli edifici nascono perfetti, dove si possono ridurre i costi e i tempi di realizzazione di un progetto, dove si lavora con efficienza, dove tutti hanno accesso alle informazioni rilevanti in qualsiasi momento. Un mondo in cui componenti e strutture sono intelligenti, parlano tra di loro e interagiscono con chi le utilizza. Non è magia: è il mondo BIM.

Ma come fare ad entrare in questo mondo? Per prima cosa devi trasformare i tuoi serramenti in oggetti BIM. E metterli a disposizione di progettisti e imprese per la progettazione degli edifici. Lo sappiamo, le domande che ti stai facendo sono tante: che cos'è il BIM esattamente? Come funziona? Come trasformo la mia finestra in un oggetto BIM? Chi mi aiuta a farlo? Mi conviene? Con questo articolo speriamo di renderti più familiare il mondo BIM. Perché, in fondo, non è magia. È già realtà.

Che cos'è il BIM?

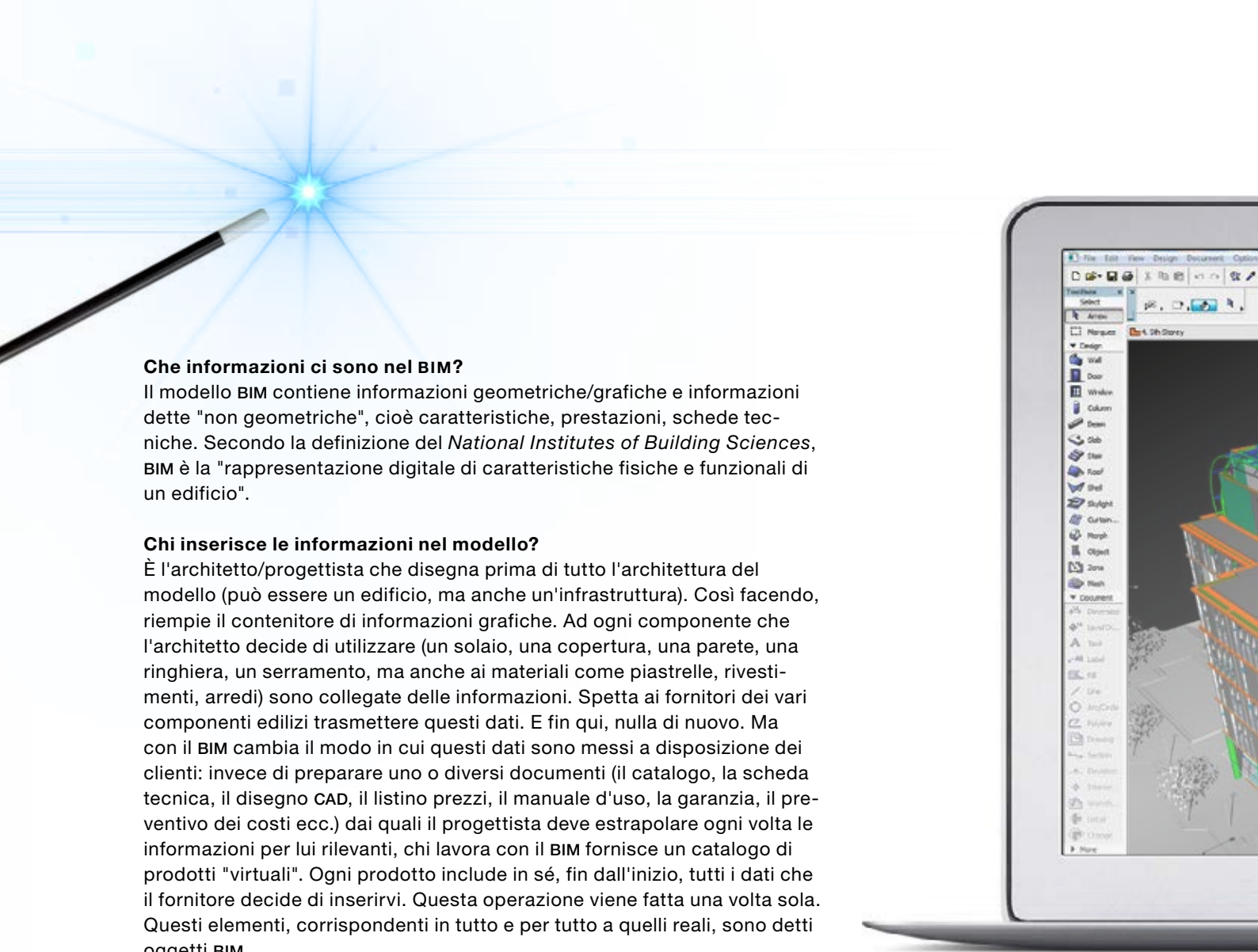
Che cosa significa BIM?

BIM è un acronimo che sta per *Building Information Modeling*: il termine *modeling* si riferisce ai processi di creazione, archiviazione, gestione e condivisione delle informazioni relative a un edificio. Queste informazioni sono contenute in un modello (*model*) virtuale dell'opera.

Il BIM è un programma di disegno 3D?

Non proprio. Il BIM è piuttosto un metodo di lavoro. In effetti si parte con una modellazione tridimensionale del progetto, ma poi si va oltre. Ad ogni elemento modellato (un solaio, un muro, una finestra) vengono associate le caratteristiche (specifiche tecniche, valori di trasmittanza, istruzioni di posa, costi) che si desidera includere. Il file che ne risulta è come un "contenitore di informazioni".

» Il modello BIM è un contenitore di informazioni: dati utili alla progettazione, all'esecuzione, alla gestione e alla manutenzione di un edificio



Che informazioni ci sono nel BIM?

Il modello BIM contiene informazioni geometriche/grafiche e informazioni dette "non geometriche", cioè caratteristiche, prestazioni, schede tecniche. Secondo la definizione del *National Institutes of Building Sciences*, BIM è la "rappresentazione digitale di caratteristiche fisiche e funzionali di un edificio".

Chi inserisce le informazioni nel modello?

È l'architetto/progettista che disegna prima di tutto l'architettura del modello (può essere un edificio, ma anche un'infrastruttura). Così facendo, riempie il contenitore di informazioni grafiche. Ad ogni componente che l'architetto decide di utilizzare (un solaio, una copertura, una parete, una ringhiera, un serramento, ma anche ai materiali come piastrelle, rivestimenti, arredi) sono collegate delle informazioni. Spetta ai fornitori dei vari componenti edilizi trasmettere questi dati. E fin qui, nulla di nuovo. Ma con il BIM cambia il modo in cui questi dati sono messi a disposizione dei clienti: invece di preparare uno o diversi documenti (il catalogo, la scheda tecnica, il disegno CAD, il listino prezzi, il manuale d'uso, la garanzia, il preventivo dei costi ecc.) dai quali il progettista deve estrapolare ogni volta le informazioni per lui rilevanti, chi lavora con il BIM fornisce un catalogo di prodotti "virtuali". Ogni prodotto include in sé, fin dall'inizio, tutti i dati che il fornitore decide di inserirvi. Questa operazione viene fatta una volta sola. Questi elementi, corrispondenti in tutto e per tutto a quelli reali, sono detti oggetti BIM.

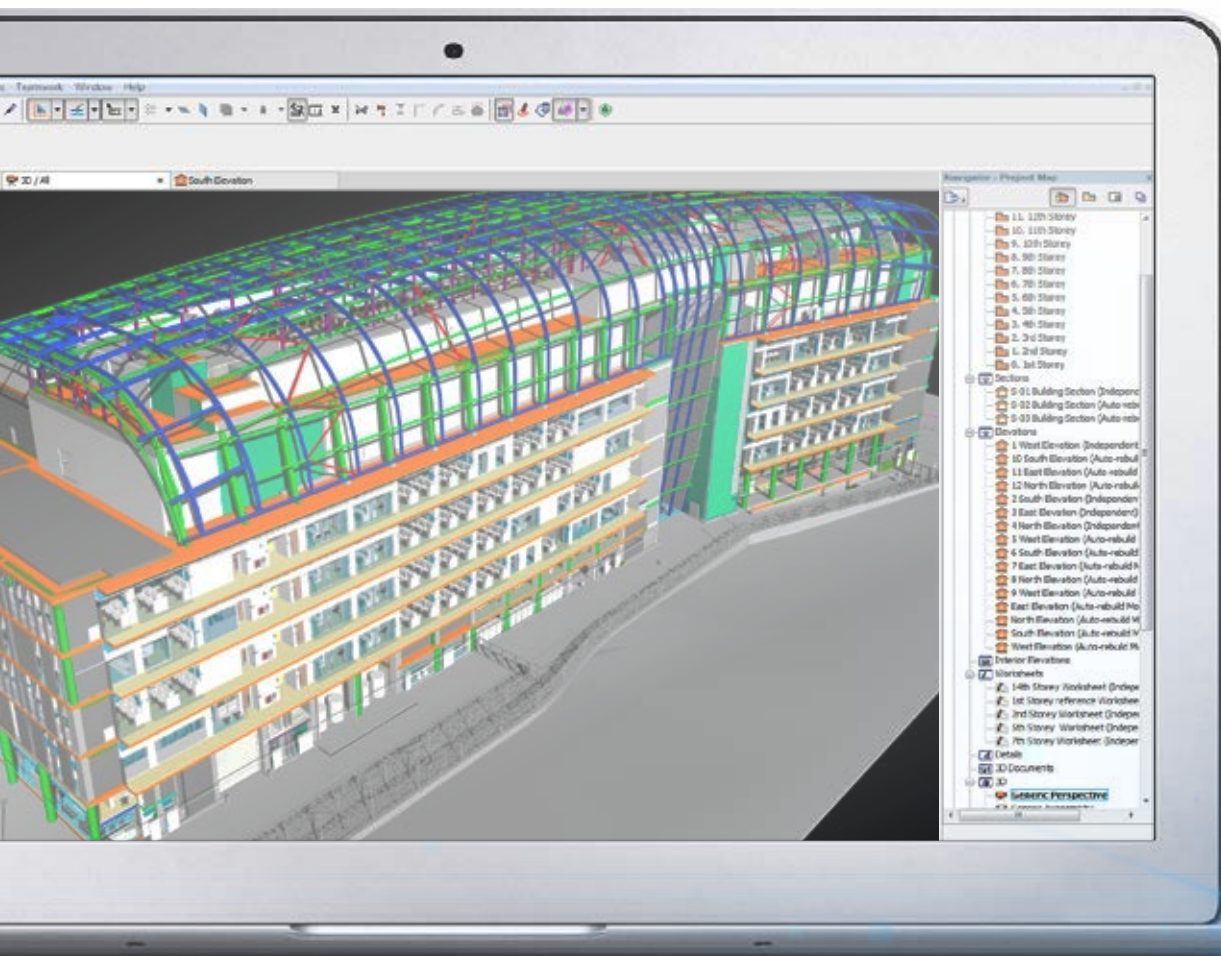
Che cos'hanno di speciale gli oggetti BIM?

L'oggetto BIM è intelligente. Quando viene modificato, comunica questa modifica a tutti gli altri oggetti interessati e all'intero modello, che si adegua e si aggiorna. Una finestra BIM sa perfettamente se può stare in quel determinato posto, in base alle specifiche richieste. E comunica al progettista eventuali incongruenze.

Il BIM serve solo all'architetto per progettare?

Il modello BIM porta in sé tutte le informazioni relative alla vita di un edificio, i dati utili alla progettazione, all'esecuzione, alla gestione e alla manutenzione. È un database completo e aggiornato di tutti i documenti riguardanti il progetto (gli elaborati di progetto architettonico, strutturale, impiantistico, i piani manutentivi, le informazioni sul contenimento energetico, sui fornitori dei singoli elementi e così via), che può essere utilizzato da tutti gli attori coinvolti: architetti, progettisti, ingegneri strutturisti, impiantisti, impresa costruttrice, montatori, collaudatori, manutentori, così come da agenzie immobiliari e clienti finali.

» Una finestra BIM è il prototipo digitale della finestra reale, con la sua geometria e le sue prestazioni



Come entro nel BIM?

Che cosa è un serramento BIM?

Un serramento BIM è il prototipo digitale del serramento reale. È la finestra, con la sua geometria, le sue prestazioni e i suoi materiali, resa virtuale.

Che cosa fa una finestra BIM?

Oltre a mostrare il suo aspetto esatto, dice che cosa sa fare (valori di isolamento termico e acustico, resistenza antieffrazione, caratteristiche tecniche), ma anche quanto costa, come deve essere posata, quali sono gli interventi di manutenzione da effettuare e quando. A patto che il serramentista le abbia "affidato" tutte queste informazioni, scrivendole in un formato leggibile dal software dell'architetto. Il formato riconosciuto come standard è l'IFC (vedi buildingsmart-tech.org alla sezione SPECIFICATIONS > IFC OVERVIEW).



INQUADRA IL CODICE...

...e scopri i diversi
formati di file .ifc
utilizzati nel mondo BIM



Come trasformare le proprie finestre in oggetti BIM?

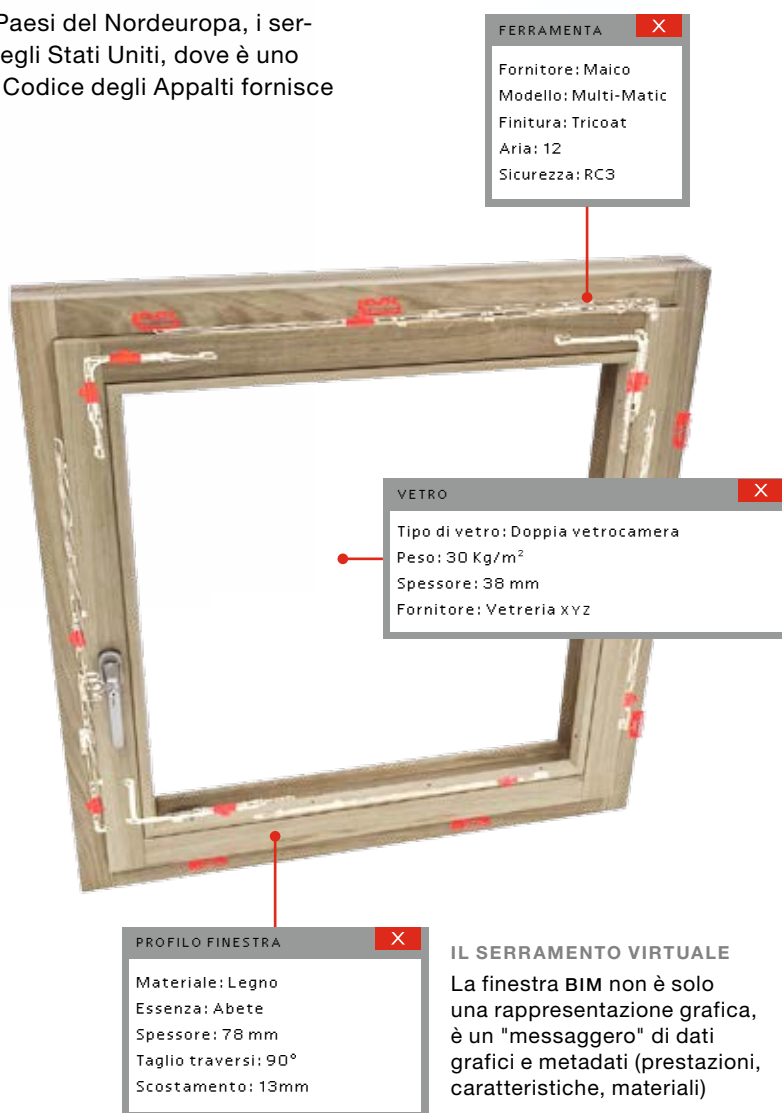
L'ideale sarebbe modellare la finestra BIM partendo da un file proveniente dai CAD utilizzati dal reparto produzione. Si utilizza il modello CAD/CAM/PDM e si converte in un file IFC. Altrimenti si possono utilizzare disegni 2D in formato cartaceo o digitale (PDF/DWG), o creare l'oggetto da zero, se non esiste nessun altro dato di partenza. Si ha così la parte grafica. Poi si aggiungono le informazioni che fanno della finestra un oggetto intelligente BIM. Per esempio, tra queste, particolare importanza rivestono i valori di trasmittanza termica dell'infisso e dei vetri, i valori acustici, la tenuta all'acqua, all'aria, la classificazione antieffrazione, spessori e caratteristiche di vetri e componenti del serramento. Ma si possono aggiungere anche dati quali: costi, tempi di fornitura, istruzioni di posa, istruzioni di manutenzione, garanzia, smaltimento. Sotto forma di tabelle, documenti, ma anche file video o file audio. Ma tutti devono essere memorizzati nel formato standard leggibile dal software BIM.

È obbligatorio usare il BIM?

No, non è obbligatorio. Ma, specialmente nei Paesi del Nordeuropa, i serramentisti già lavorano così. Per non parlare degli Stati Uniti, dove è uno standard. Per quanto riguarda l'Italia, il nuovo Codice degli Appalti fornisce alle stazioni appaltanti la facoltà di avvalersi di tecnologie e procedure BIM per opere e servizi sopra soglia comunitaria. È previsto un percorso di graduale introduzione del BIM negli appalti pubblici.

Se non è obbligatorio, perché pensarci ora?

In Italia non vi è praticamente ancora nessuno che abbia pubblicato una libreria di finestre BIM. Arrivare per primi, fornendo alle imprese la propria gamma di prodotti in formato BIM significa aggiudicarsi un importantissimo vantaggio competitivo. L'architetto in cerca di finestre BIM troverà solo te, probabilmente. E inserirà i tuoi serramenti nella sua personale libreria di oggetti e componenti per l'edilizia che gli servono per lavorare ogni giorno. In pratica, avendo a disposizione solo i tuoi prodotti, molto probabilmente li terrà come testo di capitolato per tutti i suoi progetti, anche se in futuro la concorrenza dovesse aumentare. Perché dovrebbe infatti prendersi la briga di andare a cercare nuove finestre BIM, quando ormai è abituato a progettare con le tue?



IL SERRAMENTO VIRTUALE
La finestra BIM non è solo una rappresentazione grafica, è un "messaggero" di dati grafici e metadati (prestazioni, caratteristiche, materiali)

»» Come realizzare oggetti BIM

Alcuni strumenti a disposizione di chi vuole creare e pubblicare i propri serramenti in BIM:

- archiproducts.com/bim si occupa della produzione esecutiva dei file BIM, contattando il BIM Design Team
- su bimobject.com/it è possibile trovare due strumenti per creare oggetti BIM: BIMobject® Mosquito è su licenza, non necessita di conoscenze e download di software, funziona su qualsiasi browser web che supporti WebGL; BIMobject® LENA permette di importare le geometrie CAD dalla maggior parte dei sistemi CAD meccanici, come CATIA, SolidWorks, SolidEdge, IGES, NX, JT, Inventor e Pro E (bisogna avere una licenza commerciale di Rhino 3D e accreditarsi su BIMobject). LENA utilizza BIMscript®, un linguaggio di programmazione aperto e gratuito, che permette di creare oggetti BIM per i software Autodesk, Graphisoft, Trimble e in formato IFC, 3DS, DWG e WebGL.

Un altro tool scaricabile online e utile a visionare gli oggetti BIM è www.bimvision.eu (è un IFC viewer gratuito, ovvero un programma che permette di visualizzare i file in formato IFC, quindi anche gli oggetti BIM).

Dove pubblico i miei serramenti BIM?

Vi sono online già alcune librerie di oggetti BIM, dove i produttori possono caricare il proprio catalogo prodotti e alle quali gli architetti possono attingere per ottenere componenti e materiali per i loro progetti.

Alcuni esempi di librerie BIM per architetti e costruttori, dove caricare i propri serramenti BIM:

- bimobject.com/it
- bim.archiproducts.com/it
- bimandco.com/it

»» Il nuovo Codice Appalti prevede l'introduzione graduale del BIM anche in Italia

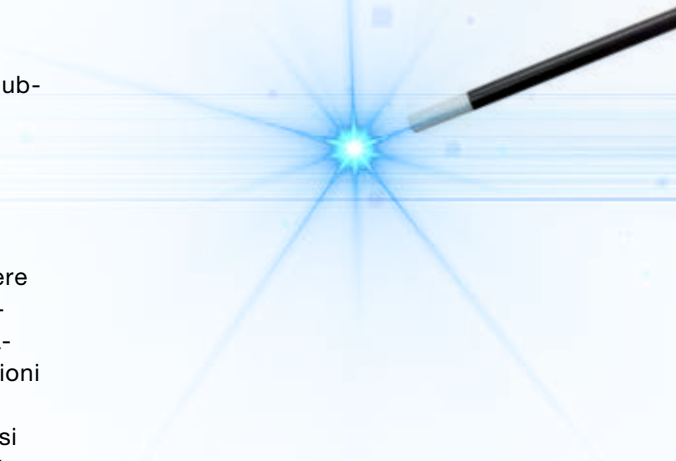
A chi conviene?

Essendo un procedimento piuttosto complesso, che necessita di competenze professionali *ad hoc*, può risultare gravoso per le piccole aziende. Si rende necessario se si intende lavorare a livello internazionale, con grandi committenti.

Oppure se si vuole partecipare a bandi di concorso per gare d'appalto pubbliche a livello nazionale. Per il momento. In futuro probabilmente verrà richiesto dai committenti stessi, com'è accaduto per esempio in Svezia, dove non è obbligatorio, ma di fatto regola il mercato.

Che vantaggi può portare?

Creare una libreria di finestre BIM alla quale i progettisti possono accedere per scegliere i prodotti più idonei è un passo importante. I vantaggi possono essere: un incremento della commercializzazione e della partecipazione a bandi di gara, l'immediatezza nella presentazione delle informazioni ai potenziali clienti, senza doverci lavorare di volta in volta, la velocità di produrre rapidamente sia visualizzazioni sia stime esatte dei costi (inclusi quelli relativi alla posa), la riduzione del tempo del ciclo di produzione (si può iniziare la fabbricazione all'ultimo momento possibile), il coordinamento delle tempistiche in cantiere con gli altri professionisti (impiantisti, muratori), l'eliminazione di errori in seguito a modifiche successive del progetto perché il modello si aggiorna automaticamente in tutte le sue parti, la certezza delle quantità e delle misure da produrre senza interventi successivi: se il prototipo virtuale funziona (e il BIM indica subito la fattibilità), nulla verrà più cambiato in cantiere. ■





Qualche domanda *a chi lo usa già*

■ TESTO DI ROBERTA SODA

■ TEMPO DI LETTURA 3'

FOTO ISTOCK

Abbiamo chiesto a Murat Cumen, product manager e data engineer presso Maco Olanda ed esperto del programma Revit 3D (uno dei più usati per la progettazione BIM) come si lavora con il BIM nel suo Paese e che cosa sta cambiando per i serramentisti.

Nei Paesi Bassi è obbligatorio il BIM?

«Se parliamo di progetti finanziati dallo Stato, allora deve essere usata la tecnologia BIM. Dal 2020 in Olanda sarà obbligatorio per i serramentisti inserire tutte le informazioni CE all'interno del modello BIM, in modo che il cliente finale possa accedere in qualsiasi momento ai dati costruttivi. È un modo per tutelare il consumatore finale, rendendo tutti i dati trasparenti.»

Da quando esiste il BIM nei Paesi Bassi?

«Prima del 2006 la percentuale di errori nel settore dell'edilizia pubblica era molto elevata. È così che si è deciso di passare al BIM, per ridurre i costi della non efficienza. Perciò dal 2010 è necessario lavorare col BIM per partecipare alle gare d'appalto pubbliche. Per quanto riguarda il settore privato, sono stati i costruttori, con le loro richieste, a spingere i serramentisti a convertirsi al BIM.»

» In tutta Europa si stanno avviando programmi per rendere il BIM lo standard progettuale del futuro

Come fanno i serramentisti a creare i modelli BIM dei loro serramenti?

«La tendenza attuale è quella di creare un'interfaccia tra il programma di produzione dei serramenti e il programma di disegno: le informazioni (profilo, misure, valori delle prove) vengono inviate direttamente al programma di disegno. In questo caso il serramentista non deve creare lui il modello BIM, i dati vengono trasmessi in formato XML. È il programma di disegno del progettista che crea gli oggetti BIM.»

Come si usa una finestra BIM?

«Il progettista non deve più modellare la porta o la finestra. I modelli/oggetti BIM vengono inseriti nell'edificio e si "attivano". Il programma di disegno invia le informazioni del progetto, tramite XML, al programma di produzione del serramentista, inclusa per esempio la posizione di ciascuna finestra. Così non è possibile sbagliare. Le informazioni sono precise e univoche.»

Che investimenti sono necessari?

«Le grandi aziende hanno collaboratori che creano e modificano i modelli BIM internamente. Vi sono anche società specializzate nello sviluppo dei modelli BIM per i clienti. Per generare i modelli BIM è necessario usare un programma di disegno (in Olanda si usano i software Revit di Autodesk e Tekla). La realizzazione di una libreria BIM può arrivare a costare 10.000 euro.»

Qual è il supporto di Maco Olanda ai serramentisti?

«Siamo in attesa di uno standard per i dati relativi ai serramenti. Quando verrà definito, Maco in Olanda metterà a disposizione dei serramentisti i dati necessari per inserire anche la ferramenta nel modello BIM della finestra.»

Quali sono i vantaggi del BIM?

«Il vantaggio maggiore è sicuramente la trasparenza. Si guadagna poi in flessibilità e migliore organizzazione in fase di progettazione. Per lo Stato il vantaggio maggiore è il risparmio sui costi. I grandi progetti devono essere BIM oriented per poter ottenere un finanziamento da parte delle banche.» ■

**L'ARTICOLO IN PILLOLE**

- In Europa già si lavora con il BIM: il *Building Information Modeling*.
- Il BIM è un metodo di progettazione e gestione degli edifici che si basa sulla condivisione delle informazioni, a tutti i livelli.
- Un edificio progettato in BIM è un modello intelligente: ogni elemento che vi viene inserito è capace di comunicare informazioni e dati su se stesso, interagendo con gli altri elementi edilizi.
- Per poter essere usato in un modello di edificio BIM un serramento deve essere trasformato in un oggetto virtuale, in una finestra BIM.
- Vi sono appositi programmi per farlo, oppure studi specializzati nella creazione di oggetti BIM da inserire in librerie online, a cui i progettisti possono accedere per scegliere componenti e prodotti.

MAGGIORI INFORMAZIONI


Patrick Gislimberti
Maico Product &
Application Management
p.gislimberti@maico.com

Il bello di superare i sessanta...

■ TESTO DI ROBERTA SODA

■ TEMPO DI LETTURA 12'





Sono sempre più numerosi. E sono sempre più forti: hanno autonomia, volontà, potere d'acquisto, idee ed energia da vendere. E tutti superano i sessant'anni d'età. Sono la *silver generation* o, come li chiamano negli Stati Uniti, i *baby boomers*. Nati del dopoguerra, hanno oggi tra i 50 e i 70 anni e si stanno rivelando la fascia di mercato più attiva. Hanno ormai sorpassato i trentenni: non solo perché sono numericamente superiori, ma perché si è scoperto che acquistano beni e servizi più dei giovani. Usano i loro soldi non unicamente per medicine e prodotti correlati all'"anzianità", come verrebbe da pensare, ma anche per viaggiare, per divertirsi, per restare giovani e belli, e soprattutto per rendere la loro casa più accogliente e comoda. Ma per catturare la loro attenzione bisogna saperli prendere dal verso giusto, scoprire che cosa desiderano e quali sono le loro esigenze pratiche. È necessario ripensare alla propria offerta formulandola dal loro punto di vista: quello di chi ha superato i sessanta.

15 MILA MILIARDI DI DOLLARI

Sarà la capacità di spesa degli over 65 nel 2020 a livello mondiale. Già oggi sono la fascia che più ha incrementato i propri acquisti per beni non necessari negli ultimi anni: vacanze, automobili, divertimento e prodotti di bellezza

L'Italia è un Paese di vecchi

Ebbene sì. È proprio così: un quinto degli italiani ha superato i 65 anni (dati 2013) e, secondo l'EUROSTAT, nel 2030 arriveranno a essere un terzo della popolazione nazionale. Di questi, la metà saranno ultraottantenni. È un trend demografico che non interessa solo l'Italia, ma il mondo intero. Se nel 1990 gli over 60 erano il 9,2%, nel 2013 hanno raggiunto l'11,3% e nel 2050 arriveranno a essere il 21,10% dell'intera popolazione mondiale. Un fatto che non può essere ignorato a lungo, e che ha già messo in moto governi e istituzioni. L'Unione Europea ha avviato, fin dal 2007, iniziative e progetti volti ad affrontare questa sfida che interessa tutta la società sotto molteplici aspetti (in termini di spesa pubblica, forza lavoro, competitività e qualità della vita)

e, soprattutto, la Commissione Europea ha individuato nell'invecchiamento della popolazione una delle sfide chiave per la nostra economia, segnalandola come un'opportunità di crescita e identificandola con un nome preciso: *silver economy*.



33% nel 2030

20% nel 2013





La sfida della silver economy

La *silver economy* include tutte quelle attività rilevanti per i bisogni degli anziani e il loro impatto su diversi settori: per esempio la salute e l'alimentazione, lo svago e il benessere, la finanza e i trasporti, l'abitare, l'educazione e il lavoro. Ma davvero gli anziani possono rappresentare un mercato interessante? Non sono una fascia debole, con poca disponibilità finanziaria, bisognosi di assistenza e quindi fuori dall'obiettivo di imprese e operatori economici? Tutt'altro! Queste sono convinzioni errate, miti da sfatare, secondo la società *Accenture* che, in una ricerca effettuata nel 2012, afferma che i consumatori in età avanzata (*older consumer*) hanno un grande potere d'acquisto, il che li rende un'opportunità ancora inesplorata per le imprese. Cosmetici e moda, turismo, salute (inclusi dispositivi medici, medicine ed *e-health*), benessere, sicurezza, cultura, educazione, intrattenimento, trasporti

personali e autonomi, servizi bancari e prodotti finanziari, ma anche la casa e le soluzioni di *smart home* in grado di supportare l'*independent living*, ovvero quelle soluzioni che permettono di continuare ad abitare a casa propria essendo indipendenti dal sostegno di altri: sono questi i settori che più beneficeranno della *silver economy*.

La vita comincia a 50 anni

In realtà, quindi, gli ultracinquantenni sono pieni di vita e, ancor più interessante, sono coloro che guadagnano di più e che più spendono per soddisfare i loro desideri, come svela una ricerca della *Bank of America - Merrill Lynch*. Negli Stati Uniti il 51% dei consumi effettuati dagli adulti (di età superiore ai 25 anni) si può ricondurre agli over 65, e dalla percentuale sono esclusi gli acquisti di prodotti per la salute. Infatti a crescere maggiormente sono le spese per beni non necessari, quali l'abbigliamento, il turismo, l'intrattenimento. Inoltre i *baby boomers* sono aperti al mondo dei media e della comunicazione, al contrario di quanto si potrebbe pensare. Anche internet non è più un tabù. La *silver generation* è totalmente differente dai coetanei di due decenni fa: è attiva, vuole essere considerata dalla società e dal mercato e non "messa in pensione", vuole crescere, imparare e scoprire il mondo, ha lavorato duro e non intende rinunciare a nulla, non ha paura di cambiare e vuole vivere bene. Di più, vuole continuare a vivere a casa propria, mantenendo una buona qualità della vita.

» Per avere successo nella silver economy bisogna vendere al target della silver generation senza proporre esplicitamente prodotti per la terza età

90%



Casa dolce casa

Oltre il 90% degli over 65 vuole invecchiare a casa propria. Negli Stati Uniti lo chiamano "ageing in place": invecchiare sul posto, lì dove si ha vissuto la maggior parte della propria vita. Per poter fare ciò è però fondamentale adattare la propria abitazione: se non già al momento della ristrutturazione, ma probabilmente negli anni successivi, molti ultrasessantenni andranno incontro a problemi legati all'età (ridotta capacità di movimento, problemi della vista o dell'udito, patologie croniche, ma anche semplicemente capacità fisiche o cognitive diminuite).

10%



L'opportunità per i serramentisti: la riqualifica age-friendly

Secondo una ricerca del Censis per *Future concept lab*, l'89% degli italiani over 65 nel 2016 pensa di veder aumentare il proprio reddito, un milione desidera fare lavori di ristrutturazione in casa e in 530 mila non escludono di poter concludere un investimento immobiliare. Quindi si presentano come una potenziale clientela per i serramentisti che decidono di indirizzare la propria offerta alla *silver generation*. È stato stimato che il 75% dello stock immobiliare europeo non è idoneo per gli anziani; solo in Germania sono necessarie oltre 2,5 milioni di unità *age-friendly* (a misura di anziani/di facile uso per gli anziani). L'opportunità risiede nella riqualifica in tal senso. Negli Stati Uniti è già stato definito uno standard per concedere a un edificio o appartamento la certificazione di *age-friendly* (per esempio la *Lifelong Housing Certification* dell'AARP) ed esistono figure professionali che aiutano a "rimodel-

lare" la casa (*remodeling*) per renderla vivibile fin in tarda età: sono i *CAPS, Certified Ageing in Place Specialists*, cioè i costruttori specializzati nel *55+ housing* certificati dalla *National Association of Home Builders (NAHB)*. L'Unione Europea ha avviato dei gruppi di studio per arrivare entro il 2018 a delle linee guida valide a livello europeo per definire i criteri dell'*age-friendly housing*. In Italia siamo ancora lontani dai modelli americani, che prevedono elevati livelli di assistenza telematica, automazione e interconnessione dei dispositivi, ma anche da noi è possibile cominciare a ripensare la casa per la *silver generation*. Anche perché la ristrutturazione *age-friendly* è il primo, fondamentale passo verso l'*ageing in place*: senza il giusto ambiente, disegnato in maniera da essere fruibile da chi magari è in sedia a rotelle o si appoggia a un deambulatore, nulla possono le tecnologie più avanzate.

AGEING IN PLACE

Se la casa è a misura di over 65, questi possono continuare a viverci fino a tarda età, senza doversi necessariamente spostare in residenze per anziani. Che è il desiderio di oltre il 90% degli interessati: invecchiare a casa propria

ILLUSTRAZIONI ISTOCK / ELAB. MAICO/LEITER (TUTTE)

» Qualcuno ci ha già pensato

Per raggiungere gli over 60 è necessario modificare i propri prodotti per renderli più adatti alle loro necessità, oppure, mantenendo gli stessi prodotti, ripensare le strategie di marketing e di vendita focalizzandosi sulla *silver generation*. Non meno importante è il servizio: non solo è necessario aiutare il cliente anziano con scritte più grandi, etichette leggibili e chiare, locali più ampi e ben illuminati, ma bisogna far sì che il personale abbia la capacità di andare incontro alle necessità e alle difficoltà delle persone anziane.

Qualche esempio? Harley Davidson, la famosa casa produttrice di motociclette, ha notato che l'età media dei propri clienti negli ultimi venti anni era salita, essendo compresa tra i 38 e i 46 anni. Sta quindi riprogettando il design delle sue nuove motociclette per piacere agli over 60.

Un prodotto che è riuscito a superare le barriere dell'età è l'iPad della Apple: dal design al marketing il prodotto è attento a tutte le generazioni, e questo contribuisce al suo successo. Per esempio: la possibilità di ingrandire lo schermo con le dita, la tastiera intelligente che prevede le parole seguenti e le funzioni vocali come Siri. Significa che è semplice da usare e accessibile. E la campagna pubblicitaria mostra persone di tutte le età.

Un altro esempio riuscito di approccio alla *silver generation* è il sito di Amazon destinato agli over 50: mescola infatti le 4 categorie di offerta più legate ai problemi dell'età ad altre 5 legate più alle opportunità e al piacere. In questo modo non definisce il target come "anziano", ma estende la sua offerta in modo da farlo sentire solo "più coccolato".

Gli esempi si trovano anche in Italia: in Emilia-Romagna, la catena di supermercati Conad ha inserito nei propri locali dei salottini, con giornali a disposizione per la lettura. Diventa così luogo di incontro e di conversazione per gli ultrasessantenni, che fanno difficoltà a trovare luoghi d'aggregazione. Inoltre consente in molti dei suoi punti vendita di accedere con il cane, proprio per andare incontro ai clienti più avanti con l'età. Anche nel servizio ha pensato a chi ha più bisogno: non solo offre strumenti pensati *ad hoc*, per esempio le lenti per leggere meglio o carrelli per la deambulazione, ma anche accoglienza dal punto di vista umano: commessi disponibili e presenti, in grado di aiutare.



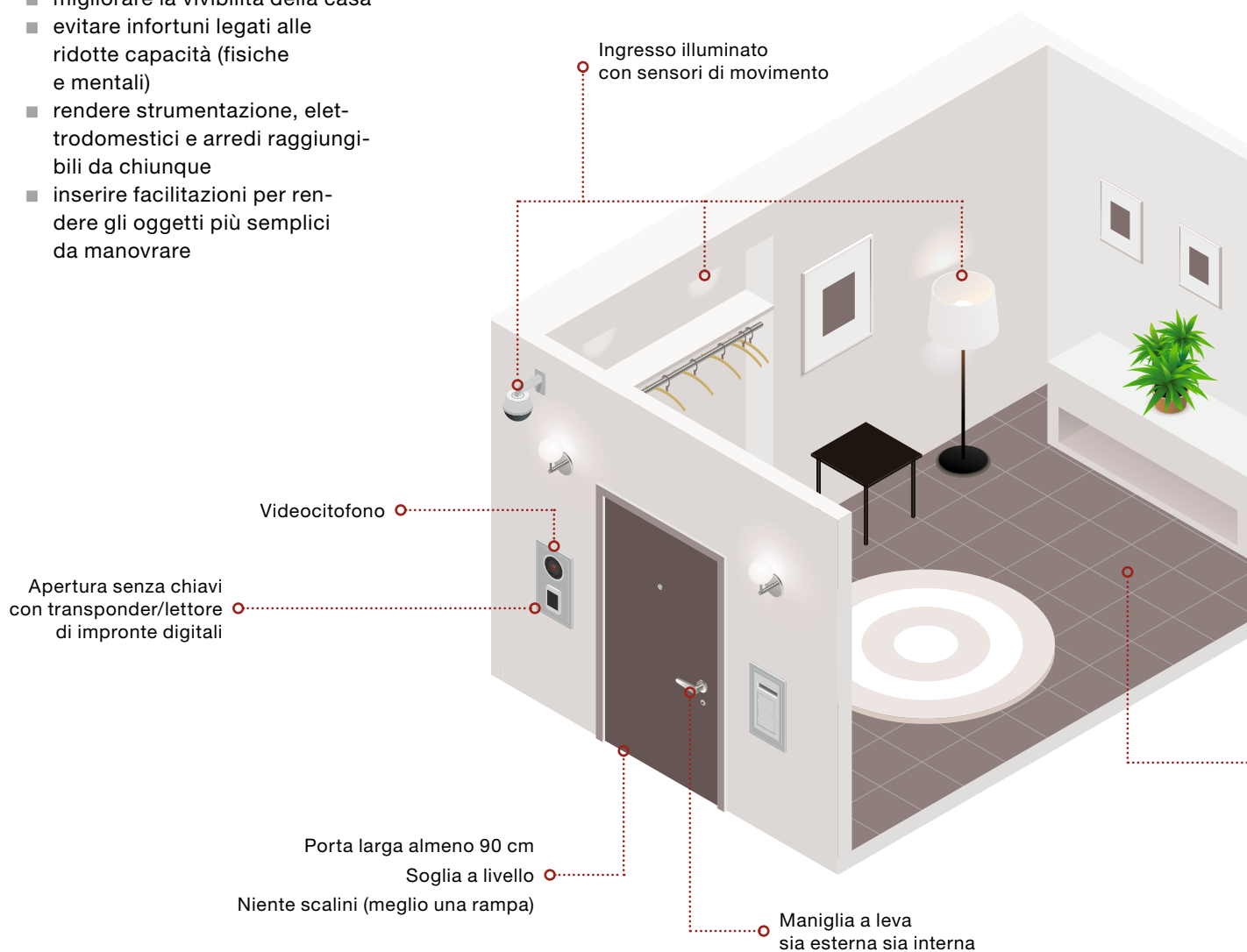
Da dove cominciare?

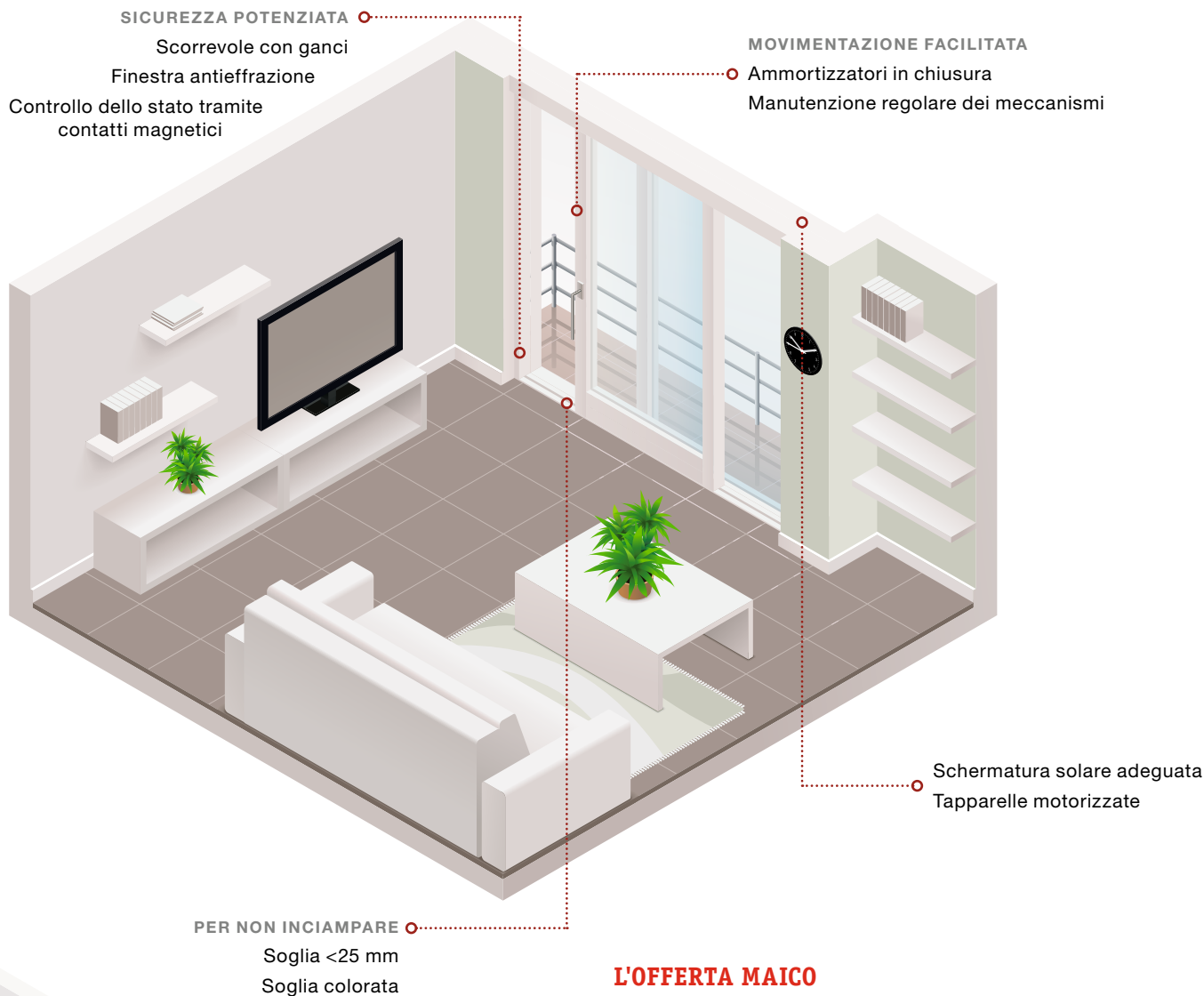
L'American Association of Retired People (www.aarp.org) è un'associazione americana che aiuta le persone di 50 anni e più a migliorare la loro qualità di vita, e ha racchiuso in un manuale, la *HomeFit Guide*, una serie di consigli e suggerimenti per chi vuole ristrutturare la propria casa, pensando già a quando sarà in pensione o nella prospettiva di ospitare un genitore anziano. In generale, gli obiettivi di una ristrutturazione *age-friendly* sono:

- migliorare la vivibilità della casa
- evitare infortuni legati alle ridotte capacità (fisiche e mentali)
- rendere strumentazione, elettrodomestici e arredi raggiungibili da chiunque
- inserire facilitazioni per rendere gli oggetti più semplici da manovrare

- adottare misure per aumentare la sicurezza (sistemi di controllo e antieffrazione).

I serramenti possono contribuire molto a rendere una casa *age-friendly*. Possono infatti migliorare l'accessibilità (serrature, soglie), la sicurezza (antieffrazione, serrature, vetri di sicurezza), la gestione della vita quotidiana (facilità di manovrabilità, leggerezza).



**SICUREZZA POTENZIATA**

Scorrevole con ganci
Finestra antieffrazione
Controllo dello stato tramite
contatti magnetici

MOVIMENTAZIONE FACILITATA

Ammortizzatori in chiusura
Manutenzione regolare dei meccanismi

PER NON INCIAMPARE

Soglia <25 mm
Soglia colorata

Schermatura solare adeguata
Tapparelle motorizzate

ILLUSTRAZIONE I/STOCK / ELAB. MAICO/LEITER (TUTTE)

Spazi senza ingombri
Corridoio largo almeno 130 cm

L'OFFERTA MAICO**PER LA PORTA D'INGRESSO**

- Gamma Protect di serrature adatta a porte grandi, con comando cilindro con chiave
- Serratura Protect Modulare con delimitatore d'apertura
- Serratura Protect Automatica: è antieffrazione RC2
- Serratura Protect Autobloccante: chiude la porta in automatico, motorizzabile, con funzione giorno per non chiudersi fuori
- Guarnizione sottoporta o soglia Transit Estensibile/Personal
- Maniglia interna ed esterna linea Rhapsody
- Verso la *smart home*: Protect Autobloccante serratura motorizzata apribile con comando elettrico (lettore d'impronte/transponder); sistema OpenLife (vedi pag. 30)

PER GLI SCORREVOLI

- Linea di alzanti HS, dotabili di: serratura a ganci, ammortizzatore in chiusura
- Alzanti certificati Guardian Angel RC2 o RC3
- Soglie per scorrevoli Transit Personal e Estensibile, per legno e PVC
- Verso la *smart home*: Alzanti HS con contatto magnetico

L'OFFERTA MAICO

PER LE PORTEFINESTRE

- Linea Maco Multi con ferramenta Mammut 220 e doppia tazza, per ante grandi
- Soglie Transit Estensibile o Personal, nuova Soglia per PVC livello 0
- Maco Multi asta a leva rialzata
- Guardian Angel antieffrazione certificata RC2 o RC3
- Verso la *smart home*: Contatti magnetici per sorveglianza chiusura

PER LE FINESTRE

- Maco Multi ferramenta comfort
- Maco Multi finestra motorizzata
- Linea maniglie più grandi
- Per le persiane, manovella per azionamento facilitato
- Guardian Angel antieffrazione certificato RC2 o RC3
- Verso la *smart home*: sensori di umidità e temperatura per apertura automatica finestre

Sensori di temperatura e umidità per arieggiare in automatico

SICUREZZA ANTIEFFRAZIONE

Portafinestra RC2 o RC3
Maniglia con chiave
Contatti magnetici per controllo dello stato

ANTIINFORTUNI
Soglia a livello
Soglia segnalata/colorata

Tapparelle motorizzate, comandabili a distanza

Citofono/monitor per controllo porta d'ingresso
Comandi per la finestra motorizzata o le tapparelle facilmente raggiungibili

Spazio libero intorno al letto

Anta minimo 90 cm



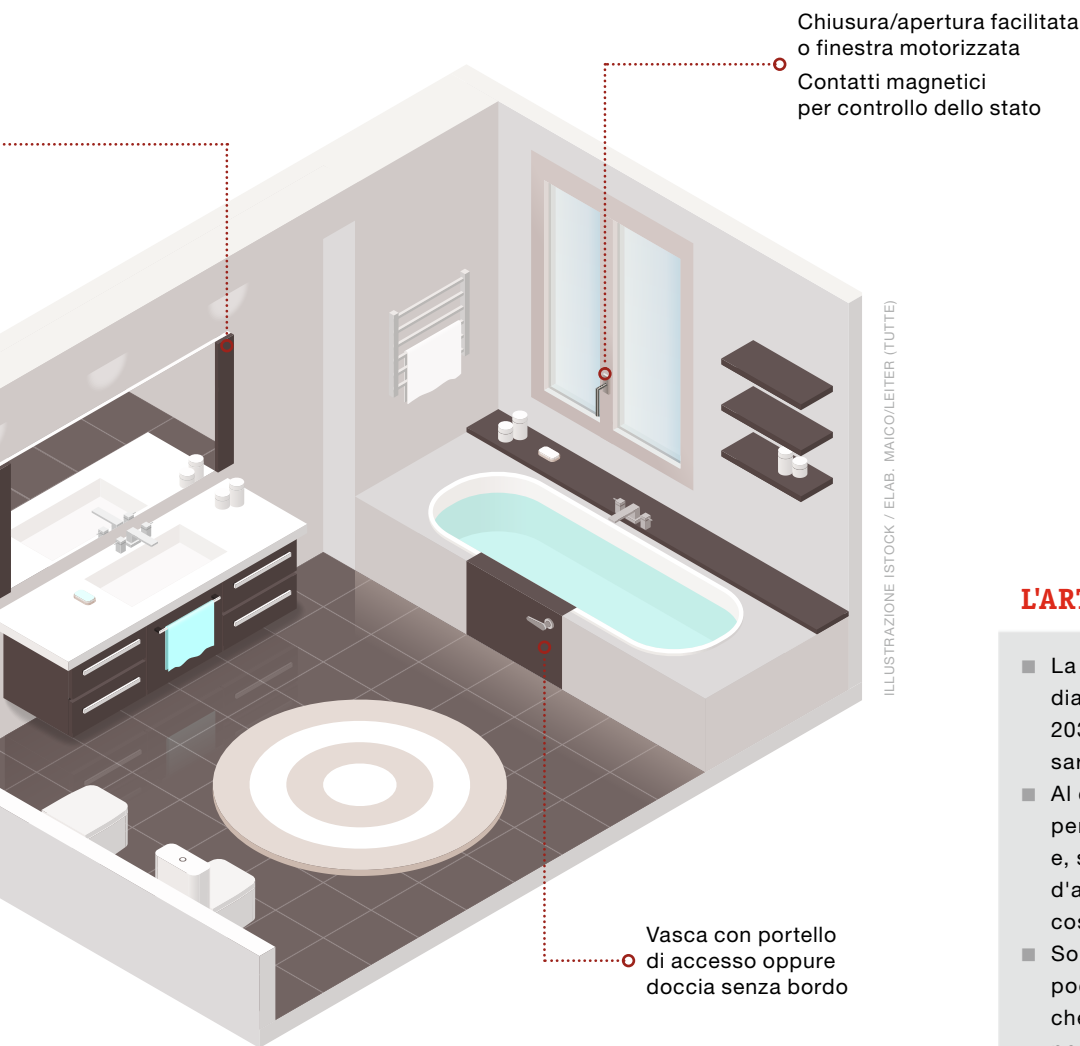


ILLUSTRAZIONE ISTOCK / ELAB. MAICO/LEITER (TUTTE)

Non per la terza età: per tutti

"L'unico modo per vendere agli anziani è adattare il prodotto alle loro esigenze" dice Daniel Lehmann, direttore dello sviluppo commerciale dell'azienda Casenio, *start-up* con sede a Berlino che vende sistemi di allerta *smart home* basati su sensori, pensati per garantire l'autonomia dei cittadini più anziani e delle persone con mobilità ridotta. Senza però farli sentire vecchi, che è l'errore più comune delle aziende che si avvicinano alla *silver economy*. Per questo si parla di *Universal Design* o *Living Better Design*, intendendo la progettazione architettonica esterna e interna, compresi arredi ed elettrodomestici, per renderli adatti ad essere usati per tutta la vita, da tutte le fasce d'età e in tutte le condizioni fisiche, anche di disabilità. Non si tratta

di un design specifico per questo target, ma di un modo di progettare che è indirizzato a tutti, per migliorare la qualità della vita in casa. Anche l'aspetto estetico è curato: non sono soluzioni funzionali ma brutte. Sono idee e soluzioni che rendono più facile abitare: una casa progettata o riqualificata secondo i principi dell'*Universal Design* è più facile da vivere, è accessibile a tutti, ora e in futuro, anche se dovessero cambiare le necessità e le capacità degli abitanti. Possiamo pensare alle finestre per il target over 60 in questo modo: nessuno noterà la differenza dall'aspetto estetico, perché sono belle e hanno un loro stile, proprio come quelle standard, ma tutti noteranno che c'è qualcosa che le rende speciali: la loro facilità d'uso. ■

L'ARTICOLO IN PILLOLE

- La popolazione mondiale sta invecchiando: nel 2030 un terzo degli italiani saranno ultrasessantenni.
- Al contrario di quanto si possa pensare, gli over 60 sono attivi e, soprattutto, hanno potere d'acquisto: rappresentano la cosiddetta *silver economy*.
- Sono un target di mercato poco considerato finora, ma che può rappresentare un'opportunità anche per l'edilizia. Il 90% degli anziani intende infatti invecchiare a casa propria, e ristrutturarla è nei loro progetti a breve-medio termine.
- Una casa *age friendly* deve avere determinati requisiti, considerando le possibili difficoltà di chi la abita: una riduzione, col passare del tempo, delle capacità sia fisiche sia mentali.
- Perché non ripensare ai propri serramenti in funzione della *silver generation*? Proponendo soluzioni che facilitino la quotidianità, senza però etichettarle come "a misura di anziano".

MAGGIORI INFORMAZIONI

Daniel Sinn
Responsabile Product &
Application Management Maico
d.sinn@maico.com

» Sul prossimo numero:

SE LA LEGGE ALZA L'ASTICELLA

Il decreto del 26 giugno 2015 ha definito valori di isolamento più alti per edifici e serramenti. Ma con i prodotti Maico per la posa le nuove prestazioni si raggiungono già da anni.



FINESTRE DA AGGIUSTARE

Se non hai il personale e il tempo per andare dai clienti che ti chiamano per riparare o regolare i tuoi serramenti, appoggiatevi alla rete degli Assistance Partner Maico.



LA RUGGINE NON ATTACCA

Le superfici dei meccanismi Maico sono inattaccabili dalla ruggine. Non solo nella versione a strati sovrapposti Tricoat, ma anche nella finitura argento.



FERRAMENTA A SCOMPARSA

Non si vedono ma sono fortissimi: sono i meccanismi a scomparsa Maico per finestre e portefinestre, con la portata più alta del mercato.



tecnogramma

Periodico di informazione Maico
n. 38 - Ottobre 2016

Testi: Roberta Soda, Elisabetta Volpe

Coordinamento grafico: Eugenio Zaffagnini

Progetto grafico: Stefanie Leiter

Redazione: Christian Gasser, Luca Salvagno, Massimiliano Salvato,
Alex Schweitzer, Daniel Sinn, Günther Zwick

Hanno collaborato a questo numero: Patrick Gislimberti, Daniel Guffer,
Roland Santer

Stampa: Fliridruck - Marleno

Contatti: Maico Srl a socio unico

Zona Artigianale 15, 39015 S. Leonardo (BZ)

Tel. 0473 651 200 (centralino)

tecnogramma@maico.com

www.tecnogramma.it

Periodico Tecnogramma quadrimestrale - Sped. in A.P. 70% - DCB Bolzano - N°
2/2004 Autoriz. Dir. Prov. BZ N° 3399/R4 - Registrato tribunale di Bolzano N°
1/91RST Direttore responsabile: Rainer Hilpold - Direttore: Wolfgang Reisigl, Cas.
post. N. 20 S. Leonardo



RINGRAZIAMENTI

Stock fotografici:

iStockPhoto - istockphoto.com

Foto e illustrazioni originali:

Matteo Bignozzi

Eugenio Zaffagnini - eugeniozaffagnini.com

» Voglio abbonarmi a Tecnogramma

Se desidera abbonarsi **gratuitamente** alle prossime uscite di Tecnogramma o ricevere gratis i numeri arretrati, compili questa scheda e la invii via fax al numero **0473 651 469** oppure per posta a Maico srl, Zona Artigianale 15 - 39015 S. Leonardo (BZ).
Oppure compili il modulo online su **www.tecnogramma.it**



Nome e cognome _____

Ditta _____ Cliente Maico Sì No

Posizione/mansione _____

Indirizzo e n° civico _____

CAP, città e provincia _____

Telefono _____ Fax _____

Email _____ Sito web _____

Tipologia azienda	Legno	PVC	Alluminio	Misti
<input type="checkbox"/> Costruttore di serramenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Rivenditore di serramenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Progettista				
<input type="checkbox"/> Impresa edile				
<input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____				

Desidero ricevere l'arretrato numero _____ (l'elenco degli arretrati è disponibile su www.tecnogramma.it)

Trattamento dati personali: Sì

I dati che Lei ci fornirà mediante questo modulo permetteranno a Maico srl di inviarLe la rivista tecnogramma in abbonamento postale gratuito. Il conferimento dei dati è facoltativo. Tuttavia, senza i Suoi dati non potremmo fornirLe i servizi indicati. I dati verranno custoditi su supporti informatici e trattati nel pieno rispetto delle misure di sicurezza a tutela della Sua riservatezza. Inoltre i Suoi dati non verranno trasmessi in nessun caso ad altre aziende. Questi dati potranno essere utilizzati da Maico per permetterLe di ricevere informazioni tecniche e commerciali, campioni gratuiti ed essere contattato per sondaggi d'opinione. In qualsiasi momento potrà consultare, modificare o far cancellare gratuitamente i Suoi dati, scrivendo al Responsabile del Trattamento c/o Maico srl - Zona Artigianale 15 - 39015 San Leonardo. Se non desidera che i Suoi dati siano trattati per ricevere informazioni tecniche commerciali, campioni gratuiti o essere contattato per sondaggi d'opinione, barri qui:

Data: _____ Firma: _____

Dritto al traguardo

Serramenti belli da vedere e tecnicamente all'avanguardia? La ferramenta a scomparsa Multi Power ti mette in pole position: con meccanismi così – in pista dal 2012 e continuamente perfezionati – non ti servono giri di prova.

Il traguardo delle finestre di design è tuo.

