



ISSN 1624-4696
Mensile - Anno XXV
n° 5 - maggio 2014
Poste Italiane SpA
Sped. in abbonamento postale
D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n. 46)
art. 1, comma 1, DCB Milano


tecniche nuove

serramenti+design



maggio 2014

Rapporto
**Pagamenti 1° trimestre:
puntualità calata dell'8%**

Realizzazione
La città nel cielo

Primo piano
**Antieffrazione: portoncini blindati sì,
purché di fascia alta**

Lavorazioni
**PVC: qualità, finitura ed estetica
senza compromessi**



www.serramentinews.it

ANTIEFFRAZIONE: PORTONCINI BLINDATI

» Giuseppe Delli Santi

La costante mancanza di nuove costruzioni ha fa sentire tutto il suo peso pure sull'andamento di mercato dei portoncini antieffrazione. Nonostante l'insicurezza non si vendono più porte blindate di fascia bassa in grandi quantità e allora ci si rivolge alle ristrutturazioni, puntando sulla qualità e quindi su fatturati complessivi forse minori ma certamente connotati da più elevata marginalità. Di qui un nuovo trend sembra delinearsi in modo deciso

Che cosa si può dire di non troppo ripetuto sulla recessione economica riferita al segmento antieffrazione e, in particolare, a quello delle porte blindate? Poco; nessuno è riuscito a evitare di fare i conti con questo dramma nazionale ed europeo. Tuttavia molti hanno usato l'intelligente intraprendenza, invece di limitarsi alla chiusura del libro mastro, e così sono riusciti non solo a sopravvivere, ma in diversi casi addirittura a crescere, sia pure in modo contenuto. Se volessimo estrapolare un minimo comun denominatore, dovremmo indicare senza dubbio il cambio di strategia di fondo su produzione ed impronta tecnologica. Nel primo caso invece di puntare sulle quantità e quindi sulla fascia medio-bassa (i cantieri nel loro insieme sono quasi un ricordo) ci si è riposizionati pesantemente sulle ristrutturazioni con prodotti di fascia alta e con la difficoltà, comunque gestibile, della personalizzazione anche molto spinta. Questo puntare sull'offerta di prodotti di fascia alta ha comportato lo studio e lo sviluppo di un design diverso e spesso innovativo, delle linee di prodotto. Non più styling sofisticato, griffato, talora pretenzioso e pure un po' kitch, ma evoluzione tecnica per raggiungere classi anti effrazione elevate; certissima cura dei particolari meccanici e funzionali; ricerca accurata per rispondere con maggiore efficacia alle normative anti acustiche e sul risparmio energetico... Insomma la realizzazione di porte funzionali curate, performanti e dal sobrio design made in Italy. Il cambio di impronta nello sviluppo tecnologico ha finito per offuscare l'importata data all'elettronica. Elettronica che è stata per molte aziende un "cavallo di battaglia" negli anni d'oro. Oggi non è trascurata o addirittura abbandonata, ma non è più



proposta come "plus" assoluto: se serve, bene, altrimenti niente. La tecnologia declinata nello sviluppo delle funzionalità a controllo elettronico non è più fine a se stessa, ma strettamente derivata dagli obiettivi rivendicati dal mercato, ovvero sistemi di difesa passiva efficienti con qualità importanti anche in relazione alle normative per così dire accessorie. Per dare impulso e forza a queste asserzioni, riportiamo l'analisi sintetica fattaci da un decano di questa tipologia di prodotto, **Lorenzo Muratori, AD di Vighi Security Doors**: «La porta blindata viene proposta oggi non solo per le sue caratteristiche di sicurezza, definite dalla norma comunitaria 1627/11. Oggi sono diventate importanti anche le prestazioni di resistenza agli agenti atmosferici, in modo particolare abbattimento acustico e isolamento termico. Con tali caratteristiche, la porta d'ingresso è entrata a far parte delle chiusure che possono usufruire degli incentivi fiscali sul risparmio energetico. Di recente, le porte elettroniche hanno visto crescere il loro apprezzamento sul mercato, ma in una forma il più possibile user friendly: devono essere modelli di facile utilizzo, che affiancano a un sistema motorizzato una chiusura meccanica, insomma un sistema multifunzione, con almeno tre possibilità di apertura». Sulla stessa falsariga la riflessione di **Valerio Ranocchia di Metalmec-**

SI, purch  di fascia alta



canica Umbra «Per quanto ci riguarda   indubbiamente vero che anche il nostro mercato ha risentito della crisi economica, ma questo ci ha spinto nella

direzione di proporre un livello pi  elevato delle nostre linee di prodotto, soprattutto nelle specifiche relative all'anti effrazione. Abbiamo porte che sono proposte in Classe 4, con caratteristiche termiche pi  importanti rispetto al passato (certificazione a 0.94 di trasmittanza). Tutto ci  senza trascurare gli altri parametri sia prestazionali (acustici, atmosferici) che di evoluzione estetica». Queste sono le tre caratteristiche dell'offerta di Metalmeccanica Umbra, che, in pratica, risponde alle esigenze del mercato e assicura altres  una maggiore marginalit  in uno scenario di concorrenza meno agguerrita e meno strutturata.

IL MERCATO E LE PROSPETTIVE

E il mercato nel suo insieme? Un po' depresso, certo, ma in modo sostenibile, sia in Italia sia all'estero, anche se si avverte negli operatori una certa disaffezione ai mercati lontani, oltre oceano, per ovvii motivi di trasporto che incidono sulla competitivit , maggiore attenzione ai Paesi dell'Est e del medio oriente, ma anche ai Paesi dell'Unione europea. Chi esporta, per defi-

nizione, differenzia i rischi dovuti alla stagnazione dei consumi, tuttavia anche chi opera sul territorio nazionale, seguendo le linee guida sopra illustrate, ha avuto e ha modo di raggiungere i propri obiettivi che, naturalmente, vedono comunque una flessione degli ordinativi, ma un incremento di fatturato e marginalit . **Marco Pirisi** AD di **Bauxt**, ha cos  esordito: «Devo dire che, purtroppo o per fortuna, si sta svegliando una sensibilit  nuova verso il concetto di anti effrazione, che fino a qualche tempo fa era scavalcata dalla ricerca dello stile, del design e dalla ricerca, dell'innovazione tecnologica». C'  oggi una maggior attenzione alle prestazioni e in particolare alla sicurezza. «Questa   sempre stata al centro delle nostre attenzioni – ha continuato Pirisi – quali produttori dedicati alle porte blindate, che noi abbiamo sempre cercato di arricchire con elementi estetici, poich  la sicurezza era quasi scontata». Ora non pi . L'illustrazione delle performance tecniche era un tempo lasciata al rivenditore, oggi   esplicitamente richiesta dal cliente finale. «Questa   "cosa" buona – ha sottolineato Pirisi – perch    anche il riconoscimento per gli sforzi che l'azienda fa per presentare prodotti assolutamente performanti sulla sicurezza e non solo, perch  oggi   molto importante anche l'offerta di prodotti in linea con i migliori parametri sotto l'aspetto termico, acustico e di tenuta agli agenti esterni. In ogni caso – per quanto attiene alla sicurezza – Bauxt   sempre stata molto propositiva e gi  nel corso del 2013 ha presentato nuovi prodotti di punta con certificazione in Classe 5, ma contemporaneamente ha migliorato le

prestazioni delle caratteristiche non strettamente legate alla sicurezza. Questo ha richiesto tempo e impegno perché le varie specifiche regionali per le relative normative, hanno moltiplicato le sia pur minime difficoltà. Per quanto riguarda i consuntivi e i preventivi economici del mercato, la nostra azienda è sta-

ta e si prevede che sia ancora in crescita, perché ha fatto politiche commerciali, di comunicazione e di offerte di prodotto, molto mirate alle esigenze della propria clientela, sempre nella speranza che una mattina ci si svegli con la crisi alle spalle». Oltre ad adeguare costantemente l'offerta alle reali esigenze e richieste degli utenti, Bauxt ha consolidato e potenziato un efficace e doveroso servizio post vendita, anche se l'estrema cura nella progettazione e realizzazione delle proprie porte antieffrazione ha sempre contenuto questo tipo di attività in modo da renderla piuttosto marginale. «L'estero per noi (ma non per scelta) – ha concluso Pirisi – non è mai stato un elemento molto rappresentativo del nostro fatturato, qualche cosa tuttavia facciamo, soprattutto sulle aree geografiche vicine, Emea, con un mix di fatturato 95 a 5 tra domestico ed esportazione e questo dipende in buona misura dalla tipologia della nostra offerta che è molto "sartoriale" e poco standardizzata e per una differente cultura della sicurezza che si riscontra in molti Paesi stranieri. Tuttavia in quelle zone dove la standardizzazione è meno richiesta, stiamo cercando di spingere per allargarci un poco di più». Più prudente l'analisi di Luca De Robertis, responsabile tecnico di Dierre che ha affermato: «...Quello che mi sento di poter dire è che il mercato italiano è veramente in crisi. L'edilizia è ferma e noi di Dierre stiamo lavorando tanto sulle ristrutturazioni, grazie anche agli incentivi del 65 e del 50% riproposti dal governo. Una buona fetta del nostro mercato, in Italia, non è più quella dei cantieri, ossia le porte-base, ma quella di porte di qualità, ossia di alta gamma. Se prima producevamo cento porte tutte eguali, adesso ne produciamo ottanta tutte diverse l'una dall'altra. A fronte di una migliore marginalità, incontriamo maggiori difficoltà nel produrre e quindi nell'ottimizzazione della produttività. Sull'estero, fortunatamente, siamo in crescita e siamo contenti che il nostro concetto di porta di sicurezza stia pian piano entrando nella mentalità dei Paesi della zona europea».

Oltre 3 italiani su 10 ha necessità di sentirsi sicuro in casa

Tradizionale termometro per rilevare la percezione sociale della sicurezza, il "Rapporto sulla sicurezza in Italia e in Europa", giunto alla sua settima edizione, realizzato da Demos & Pi, Osservatorio di Pavia e Fondazione Unipolis diffuso a febbraio segnala come la percezione dei fatti criminali, sebbene si mantenga su valori molto elevati risulta avere un trend sostanzialmente stabile dal 2012, così come quello di dettaglio riferito alla paura di subire un furto nella propria abitazione. Quando ci si riferisce alla criminalità, in generale, l'84% degli intervistati ritiene che in Italia sia cresciuta, rispetto a cinque anni fa, e con essa pure la paura di subire un furto nella propria abitazione (si passa dal 16,1% al 31,2%). Una percezione quindi molto diffusa che se circoscritta al proprio contesto locale assume una connotazione meno allarmante: il dato "generico" infatti si dimezza scendendo al 43%, mentre anno su anno la paura di subire un furto nella propria abitazione risulta contrarsi del 2,1% rispetto al 2012. Osservandone l'andamento in trend si può notare come si tratta di un dato caratterizzato da una sostanziale stabilità e che continua a segnalare come più di 3 italiani su 10 avverte la necessità di sentirsi sicuro nella propria abitazione

LA GRADUATORIA DELLE «PAURE» IN ITALIA
(percentuali di persone che affermano di sentirsi "frequentemente" preoccupate su ciascuno aspetto, per sé e per la propria famiglia – Serie storica)

	Gennaio 2014	Dicembre 2012	Novembre 2009*	Variazione 2014 - 2009
L'instabilità della politica italiana	68.4	---	---	--
La distruzione dell'ambiente e della natura	60.2	66.1	62.4	↓
Per il futuro dei figli	57.7	60.9	42.8	↑↑
La sicurezza dei cibi che mangiamo	49.6	47.1	42.8	↑
La perdita del lavoro, la disoccupazione	49.4	58.2	36.8	↑↑
Non avere o perdere la pensione	43.6	48.1	27.7	↑↑
La crisi internazionale delle borse e delle banche	43.0	54.1	32.4	↑↑
Non avere abbastanza soldi per vivere	42.9	48.4	30.8	↑↑
La globalizzazione, l'influenza sulla vita e sull'economia di ciò che capita nel mondo	39.4	49.2	37.3	↑
La criminalità organizzata (mafia, camorra, organizzazioni criminali, etc)	35.2	51.0	39.9	↓
Perdere i propri risparmi	32.5	43.6	21.2	↑↑
Subire un furto in casa	31.2	33.2	16.1	↑↑

PREVISIONI PER L'ANNO IN CORSO E PER IL PROSSIMO

Nessuno ha la sfera di cristallo dei maghi medievali, quindi le previsioni sulle prospettive a breve del mercato sono un mix di sensazioni sulla situazione corrente e di speranze, più o meno motivate se spinte sul medio periodo e, in ogni caso, poiché si passa dalla sensibilità dell'interlocutore e non solo attraverso dati fattuali, le opinioni sono molto differenti fra loro ... Eppure c'è

Interior design e coordinamento per Vighi

Axle, la porta d'ingresso complanare di Vighi Security Doors, è riproposta in una nuova versione a filo muro, con cerniere a scomparsa in grado di assecondare pure i più ricercati progetti di interior design creando un'estetica coordinata con gli arredi. Il nuovo modello è stato rivisto in alcuni dettagli della struttura interna ed è stato quindi migliorato quanto a solidità e sicurezza. Nuove maniglie e pomoli ne enfatizzano la linea, elegante, essenziale e priva di eccessi. I nuovi rivestimenti sono stati pensati per ambienti di design e contemporanei: dal bianco candido al rosso sino al legno naturale, con fasce orizzontali e verticali, in un giusto equilibrio tra pieni e vuoti.

Bauxt: di serie la Classe5

Marco Pirisi
di Bauxt

Con porte blindate Monolite ed Elite l'innovazione dei laboratori Ricerca&Sviluppo di Bauxt ha raggiunto un nuovo traguardo nella tecnologia della sicurezza ottenendo la certificazione in Classe Antieffrazione 5 per due dei più importanti modelli della collezione. Ottenere la Classe 5, significa che la porta resiste a scassinatori esperti ed attacchi ripetuti con attrezzi elettrici, trapani, seghe, mole. Presentata già nel 2006, da allora Monolite è la punta di diamante della collezione per tecnologia e innovazione: grazie al sistema cerniere brevettato a scomparsa (Rondò), è la prima blindata complanare con apertura a 180°. La serie Elite è il bestseller Bauxt per prestazioni e possibilità di personalizzazione permesse dalla flessibilità progettuale che la caratterizza e dalle numerose varianti rese disponibili sia per materiali che e finiture. Dopo il successo di Plank, la blindata disegnata da Giuseppe Bavuso che trasforma la porta in un vero "pezzo" di design con una forte identità all'interno della casa, Bauxt prosegue sia il percorso creativo ed estetico della progettazione, sia quello tecnico e tecnologico.



Lorenzo Muratori di Vighi Security Doors

un clima unificante di ottimismo che contrasta con tutte le analisi congiunturali del settore. La sensazione diffusa è che l'andamento del mercato sembra poter essere effettivamente ad una svolta, quindi non si tratta di ottimismo di facciata o in qualche modo forzato dalla necessità/volontà di proseguire nell'attività. In tale clima la posizione di **Steel Project**, attraverso le parole di **Daniele Bersani** potrebbe sembrare oltremodo ambiziosa; infatti ha sostenuto: «Abbiamo chiuso il 2013 con un incremento piuttosto importante, l'obiettivo per il 2014 è quello di mantenere e se possibile aumentarlo, anche se percepiamo il disagio dovuto alla congiuntura che induce molte aziende a chiudere l'attività. Per il 2015 è prematuro fare previsioni, ma noi stiamo ancora investendo, quindi "ci crediamo"». Pragmatica nella sua positività l'analisi proposta da Lorenzo Muratori di Vighi: «Il mercato delle por-

te d'ingresso di sicurezza si è diviso in due segmenti. Il primo ha tra i soggetti principali la grande distribuzione e tratta prodotti di fascia media-bassa, nel quale il prezzo continua a giocare un ruolo determinante. Il secondo è un segmento orientato alle case in ristrutturazione e riguarda modelli di qualità medio-alta. In questo caso, ai produttori è richiesto uno sforzo di flessibilità per venire incontro alle richieste dei clienti. Le nuove costruzioni sono tuttora un mercato in crisi e permane un generale stato d'incertezza, ma non è sempre un dato negativo: in un periodo così, il tema della sicurezza resta al primo posto e i furti sono in aumento. Io credo che nel 2014 e nel 2015 il mercato darà opportunità di crescita. Parlo dell'Italia, ma anche e soprattutto dell'estero, dove la porta blindata



Valerio Ranocchia
di Metalmeccanica Umbra

può essere venduta tra i prodotti che vantano il marchio "made in Italy". A strategia già ben definite e articolate fa riferimento **Francesco Villani**, responsabile commerciale di **Gardesa**: «Per il 2014 e 2015 abbiamo definito precise strategie che, comunque, non possono oggi prescindere dal prodotto. Siamo usciti di recente con una linea che si chiama R Evo3 che, in ogni caso presenta tutte le caratteristiche tipiche di Gardesa, che si presenta al mercato con una connotazione totalmente "made in Italy". L'azienda ha implementato questa nuova linea di prodotto per poter rispondere a tutte le esigenze che un utente italiano o di qualsiasi parte del Mondo, possa desiderare: un prodotto totalmente personalizzabile e flessibile. Tale linea sarà disponibile sul mercato da Giugno e sarà presentata in tutta Italia grazie a un "tour" di quindici tappe». Villani ha poi ribadito: «Riserveremo particolare attenzione, sull'estero, ai mercati emergenti, come la Cina e la Russia, ma anche Paesi storicamente capienti come la Francia, per esempio. Per l'anno prossimo abbiamo intenzione di crescere in maniera molto forte. Il nostro plus storico, ovvero lo styling e il design unito ad eccellenze tecnologiche, viene non solo confermato, ma esaltato anche nella nuova linea di prodotti». Pure per **Giuseppe Mazzaglia** di **Metalcolor** le previsioni sono più che buone, grazie anche alla domanda alimentata dai mercati esteri. Infatti, ha affermato: «Per il 2014 prevediamo un incremento sul 2013 di circa il 10%, mentre per il 2015, grazie anche ad una maggiore penetrazione dei mercati esteri, prevediamo un tasso di crescita attorno al 20 per cento. I nostri mercati di riferimento sono, oltre all'Italia, prevalentemente nell'area balcanica: Serbia, Montenegro, Croazia, ma anche Azerbaijan, qui con vendite spot ad essere sinceri, mentre i balcani rappresentano un mercato ad assorbimento costante, che mostra sintomi di ripresa economica piuttosto robusta».

Mercato in sicurezza e speranze per il futuro imminente tra le righe delle considerazioni di Luca De Robertis di Dierre che ha spiegato: «Per quanto riguarda il trend anno su anno, secondo me un ottimo dato sarebbe già quello di mantenersi nel 2014



Dierre, l'innovazione parte dal telaio

Blindata innovativa con telaio in PVC e prestazioni di alto livello: è Sinergy Out, la nuova blindata di Dierre, che in soli 77 mm. di spessore, integra cinque diverse caratteristiche di protezione: antieffrazione in Classe 3, tenuta all'aria in Classe 4, tenuta all'acqua in Classe 8°, ma anche insonorizzazione e soprattutto isolamento termico secondo gli standard di CasaClima. I Plus della porta Sinergy Out sono: serratura con tre catenacci a mezzo giro, cilindro ad alta sicurezza, boccia antistrappo, rostri shield, doppi deviatori hook, telaio in Pvc con anima in acciaio.

La rivoluzione al cubo di Gardesa

Frutto di una rivoluzione prima concettuale, poi tecnologica e produttiva Gardesa ha realizzato un "concept" unico per versatilità (il suo rivestimento intercambiabile utilizza le stesse tecniche di fissaggio dell'automotive), spessore anta (5,6 cm), e tecnologia del telaio in alluminio. Il suo nome è R Evo3 ed è la prima ed unica porta antieffrazione completamente personalizzabile in tutte le parti a vista, sia del telaio, sia delle finiture esterne: una personalizzazione che può essere in qualunque momento modificata, in pochi minuti e direttamente in loco. La porta d'ingresso diventa così un elemento di arredo, a disposizione di progettisti, architetti, interior designer e utilizzatori, che si integra con lo stile dell'abitazione, seguendo le variazioni, pur garantendo il massimo della sicurezza. È pure

la prima porta blindata che può essere installata just in time nei quattro sensi e modi di apertura/chiusura (lato sinistro, lato destro, a tirare e a spingere).



Francesco Villani di Gardesa

sui risultati dell'anno precedente, frenando la caduta libera, considerando che fino a "ieri" il nostro mercato era 80% Italia e 20% estero, mentre oggi l'esportazione supera il 35 per cento. In azienda si potrebbe addirittura pensare a invertire il rapporto fino a portarlo a venti Italia, ottanta estero. La tendenza per il 2015? È legata alla novità d'offerta di un prodotto rivoluzionario, specie dal punto di vista del risparmio energetico, una porta blindata con telaio in PVC e secondo noi questo ci porterà ad ampliare le nostre quote di mercato in zone dove c'è l'esigenza di classi elevate dal punto di vista dell'energy saving, in una cultura spinta verso il green. Questo ci avvicinerà anche a quei rivenditori dedicati alla commercializzazione di serramenti in PVC».

TECNOLOGIE E STRATEGIE

Tecnologie e strategie quelle accennate per le quali ci si aspetterebbe una differenziazione enorme, perché le strategie, per definizione, attengono strettamente all'ambito aziendale. Invece, guarda caso, non c'è poi una grande differenza di fondo, a testimonianza del fatto che i nostri player di punta sono allineati nell'eccellenza e che il segmento della sicurezza è fortemente propositivo.

Cominciamo ad approfondire tale aspetto con Valerio Ranocchia di Metalmeccanica Umbra che, in merito alle tecnologie, ha affermato: «...Dal punto di vista delle tecnologie cerchiamo



di non utilizzare sofisticazioni estreme (trasponder, aperture ottiche e/o magnetiche, impronte digitali o altro) perché per il livello di sicurezza che proponiamo non riteniamo molto affidabili quelle soluzioni, che presentano necessità di manutenzione e rischio di malfunzionamento molto elevato. Le chiusure meccaniche multi-punto e i cilindri-serrature che proponiamo

sono affidabilissime, ma non rivoluzionarie, scegliamo sul mercato le migliori disponibili. Usiamo però un defender di altissimo livello che non permette l'effrazione in alcun modo. Inoltre, nelle nostre porte è possibile inserire un doppio defender interno ed esterno per evitare che l'intruso possa spingere tutto il blocco serratura all'interno dell'abitazione. Con questo possiamo affermare che le nostre soluzioni sono addirittura un passo avanti rispetto alle specifiche di certificazione».

Metalcolor, la sicurezza in un gancio brevettato

Rotox è la prima porta blindata italiana con deviatori di chiusura con gancio rotante a chiusura totale. Si tratta di un brevetto esclusivo Metalcolor, una nuova concezione di sicurezza capace di rivoluzionare il mondo delle chiusure di sicurezza. Perché la porta blindata Rotox Moving è così innovativa? Il suo gancio in acciaio ruotando s'inserisce nel telaio e nel controtelaio, per poi ritornare nella porta medesima come un lucchetto. Tale sistema crea un corpo unico tra anta, telaio e controtelaio rendendo inutile ogni tentativo di effrazione attraverso leve, palanchini, sollevatori, ecc., infatti, la porta blindata Rotox Moving ha superato i severi test anti-effrazione ottenendo la Classe 4.

Per Vighi, Lorenzo Muratori riassume brevemente i suoi obiettivi focalizzati sulla ricerca di fattori che portino ad una equilibrata e durevole attraverso una strategia di lavoro orientata a valorizzare i plus dell'azienda tanto sul mercato interno che su quelli esteri. «*Puntiamo molto sulla ristrutturazione: siamo in grado di offrire al cliente un prodotto che rispetti tutti gli standard di qualità e al tempo stesso possa soddisfare esigenze anche molto personali, grazie alla capacità carpentiera e alla falegnameria all'interno dell'azienda. Andremo a far*

conoscere sempre di più il nostro prodotto in Europa, un'area che non si dovrebbe, oramai, considerare "estero" e ci muoveremo anche in alcuni Paesi del continente africano. Abbiamo, in-

fine, aggiornato i nostri strumenti di comunicazione, a cominciare dal catalogo e dal nuovo sito web». Sposta lievemente il baricentro Daniele Bersani di Steel Project: «Dal punto di vista tecnologico e qualitativo delle blindate la tendenza è quella di garantire la sicurezza ai massimi livelli, anche sulle inferriate che sono sempre state un nostro punto di forza, cercando di dare un'estetica piacevole, oltre che funzionale a qualcosa che per sua natura è garan-

zia di sicurezza ma poco piacevole per il comfort abitativo. Sulle porte viene confermata la tendenza all'utilizzo di tecnologie digitali e non solo, pur senza eccessi, perché anche questi sistemi di chiusura e apertura devono essere soprattutto funzionali alla sicurezza degli ingressi. Sul segmento inferriate, viceversa noi abbiamo progettato un sistema brevettato di allarme, molto innovativo». Più o meno in linea anche le considerazioni di Ranocchia di Metalmeccanica Umbra: «La nostra strategia è stata pianificata



Daniele Bersani
di Steel Project



su questo concetto di qualità, con una produzione molto flessibile (una grande varietà, unita a una spinta personalizzazione) con porte anche vetrate e identica certificazione termica. Il nostro mercato di riferimento è lo show room che, con questa

offerta, riesce a catturare meglio il cliente finale. Le prospettive? Vediamo il 2014 in linea con il 2013 che, comunque, ha dato risultati superiori al 2012, con un trend di crescita stabile sia pure di pochi punti percentuali. Una spinta viene anche dal recupero del 65%, mentre è poco utilizzato quello del 50%».

Chiudiamo il nostro ultimo giro di considerazioni con Giuseppe Mazzaglia di Metalcolor, che ha affermato: «*Il questo periodo si sta lavorando soprattutto sulle ristrutturazioni, grazie anche agli incentivi fiscali e grazie alla flessibilità dell'offerta, opportunamente rappresentata all'utente finale dai nostri rivenditori. L'attenzione è rivolta alla fascia media o medio-alta del mercato e, quindi, il prodotto che è richiesto è posizionato su un segmento alto sia per l'antieffrazione, sia per il livello termoacustico, garantendo peraltro una buona marginalità. D'altra parte questa è una strategia obbligata vista l'inesistenza di cantieri di nuove costruzioni. Questa tipologia di porte blindate, a fianco di innovazioni e brevetti relativi alla sicurezza (in particolare Rotox in Classe4), consente l'offerta di prodotti sofisticati, filo muro, cerniere a scomparsa e fuori-misura.*»

© RIPRODUZIONE RISERVATA