

ISSN 2038-0593 - Bimestrale - Anno XI

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

3 giugno
2016

porte & finestre

www.porteefinestrenews.it

+
tecniche nuove
www.tecniche nuove.com

COMMERCIO • MERCATO • TENDENZE • DESIGN

«ORUS
FINESTRA DEL TUO MONDO

+30%
di luce per la tua casa

**pensata
per allargare
i tuoi orizzonti**

WinKslim_WinKglass

«ORUS

www.korusweb.com

 <p>PROGETTI CASA B A tutto corten</p>	<p>SOLUZIONI DOMOTICA La casa diventa smart</p>	<p>NUOVE APERTURE D INFISSI Tecnica e design</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------

**NUOVE
APERTURE**

di Angela Fioriti

Galleria di tecnica e design

Una piccola realtà artigianale ha ri-strutturato la sua attività puntando sulla distribuzione e investendo su un nuovo, moderno showroom

Falegnameria Danese, Centro Infissi Danese e D Infissi: tre realtà racchiudono il senso dell'evoluzione di una piccola società artigianale che dal 1963 persegue il cambiamento per rispondere meglio al mercato. Dopo 25 anni di attività, con l'ingresso di un socio, l'originaria falegnameria di Arcola (La Spezia) si trasforma anche in produttore di infissi in PVC da vendere direttamente in una piccola sala mostra, dove comunque l'offerta è completata con prodotti di altri marchi. La società cresce, e nel 2011 due soci decidono di prendere strade diverse mentre Marco Danese costituisce D Infissi, mantenendo il laboratorio di falegnameria per continuare a produrre, ma solo infissi in legno, ampliando e completando l'offerta

della piccola sala mostra con chiusure per esterno e interno. Il salto di qualità arriva l'anno scorso con l'inaugurazione - l'8 maggio - di uno showroom strutturato. «Dopo l'alluvione del 2011 abbiamo dovuto ripensare la vecchia sede, che era stata sommersa da ben 1,5 metri di acqua e fango», racconta Danese. «Abbiamo deciso di mantenere nello stesso posto l'officina, ma di investire altrove con l'apertura di un nuovo showroom. Volevamo avere maggiore visibilità per cui abbiamo ritenuto necessario creare un'esposizione in grado di valorizzare i prodotti». Scelta la location, il progetto viene affidato a p+b Architetti, un team di giovani professionisti di Santo Stefano di Magra (La Spezia).

Guidati dal legno

Prima del restyling, nella sede della falegnameria D Infissi c'era un piccolo spazio espositivo allestito senza un disegno. L'azienda ha quindi deciso d'investire per la realizzazione di una sala mostra con una personalità tale da potersi contraddistinguere sul territorio. «Quando siamo arrivati abbiamo trovato un fondo vuoto da ristrutturare completamente», racconta Giovanna Polleri, architetto dello studio p+b Architetti che ha progettato l'intervento.

«Siamo partiti dall'idea che quando l'infisso è esposto debba essere valorizzato il più possibile, e contestualizzato in maniera da rendere palese l'effetto che potrebbe avere una volta inserito in un contesto abitativo. Pertanto, abbiamo progettato la creazione di setti murari su cui installare le porte e le finestre, facendo in modo da poter distinguere facilmente la parte che guarda all'interno da quella rivolta all'esterno. A tale risultato siamo arrivati realizzando



Lo studio p+b Architetti: da sinistra Jacopo Nucera, Luca Gatti, Giovanna Polleri e Luca Barotti

I progettisti hanno mimetizzato l'asse centrale di pilastri in cemento con una struttura di rivestimento in legno a lamelle



Chi è D Infissi

Dov'è

Via Provinciale Piana, 7
Vezzano Ligure (La Spezia)

La superficie espositiva

300 metri quadrati

Gli addetti

Due

I prodotti esposti

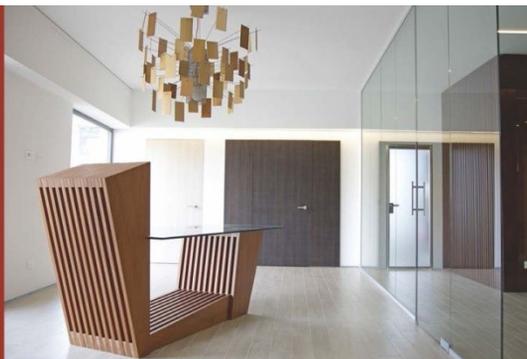
Finestre in legno, in PVC, in alluminio/legno e in legno-alluminio, alluminio; sistemi oscuranti; porte per interni; porte scorrevoli; portoncini blindati; zanzariere

I fornitori

Alias, Bertolotto Porte, Breda, MC Infissi, Spi

I servizi offerti

Consulenza, sopralluoghi in cantiere, rilievo misure, preventivi gratuiti, progettazione, posa in opera, assistenza post vendita



“Far comprendere al cliente le differenze tra i diversi prodotti è l’aspetto più impegnativo e difficile della vendita”
Marco Danese

supporti murari con spessori diversi e soprattutto adottando due diverse pavimentazioni: a effetto pietra per le parti rivolte all'esterno e a effetto legno per quelle che guardano l'interno, alternandole in modo che si abbia la sensazione di un contesto abitativo reale».

L'ambiente su cui gli architetti sono intervenuti era lungo e stretto e caratterizzato dalla presenza di un asse centrale di pilastri in cemento. «Per mimetizzare i pilastri abbiamo progettato una struttura in legno a lamelle, che rimanda alla tradizione della falegnameria artigianale della proprietà, che ha fatto da trait d'union di tutto l'allestimento. Inoltre, siamo intervenuti sui controsoffitti creando un gioco di altezze diverse». Il risultato è un ambiente molto gradevole, di grande pulizia formale, emozionale e fruibile, valorizzato ulteriormente da arredi e complementi di design progettati dallo studio p+tb Architetti e realizzati su disegno dalla falegnameria della proprietà.

Cercare maggiore visibilità per sviluppare le vendite. A un anno dall'apertura che bilancio può fare?

Innanzitutto abbiamo notato la soddisfazione dei clienti nell'entrare in un luogo di vendita "bello", strutturato molto bene e fruibile, che suscita ammirazione. Ormai il cliente arriva nello showroom preparato, sa quello che vuole e conosce anche i dati tecnici del prodotto, cerca quindi qualcosa in più che è nostro preciso dovere offrirgli. A questo ho pensato strutturando l'esposizione e l'offerta. Dalle reazioni di quanti entrano nella sala mostra, ritengo di aver imboccato la strada giusta. Il cliente è soddisfatto dell'ambiente, di ciò che vede, dell'accoglienza e dell'assistenza che riceve e ci manifesta esplicitamente la sua soddisfazione complimentandosi.

Oltre alla gradevolezza dell'ambiente, che cosa incide maggiormente sulla soddisfazione del cliente e perché?

Abbiamo sempre prestato grande attenzione a tre aspetti del nostro lavoro: posa in opera, assistenza post-vendita e pronto intervento, perché ritengo che la rapidità di risposta al cliente in caso di qualsiasi problema sia determinante per mantenere la sua soddisfazione. Di conseguenza, me ne oc-

**NUOVE
APERTURE**

Le porte e le finestre sono installate su setti murari in maniera che il visitatore possa facilmente distinguere il pannello rivolto all'interno da quello rivolto all'esterno

capo personalmente insieme ai miei collaboratori, tutti dipendenti. Il mio obiettivo è aiutare il cliente a trovare soluzioni valide in tutte le fasi del suo acquisto, pertanto dal sopralluogo alla consulenza, al calcolo energetico, alla posa in opera non lo lasciamo mai solo. Anche se il cliente arriva nello showroom molto informato, non sa perché un prodotto è più performante di un altro: è nostro compito spiegarglielo, anche se non sempre è facile fargli capire le differenze.

Ha deciso di avvalersi di un solo fornitore per tipologia di prodotto. Di solito non è così...

I produttori di porte e di finestre sono davvero molto numerosi e l'offerta è estremamente ampia. A mio avviso, è fondamentale selezionarli e scegliere con chi collaborare in base alla propria realtà soprattutto secondo le esigenze del territorio e della clientela. Questo è il criterio che ho seguito. Ho quindi deciso di avvalermi di aziende capaci e soprattutto disponibili a garantire un prodotto realizzato a regola d'arte, ma anche una piena collaborazione a partire dal rispetto dei tempi di consegna concordati, e di avere un solo fornitore per tipologia di prodotto per snellire e semplificare la gestione degli ordini e ottenere maggiori vantaggi. Si sa che lavorando con pochi fornitori si riesce a garantire a ognuno fatturati più interessanti e di conseguenza è possibile ottenere prezzi vantaggiosi. Inoltre, ho scelto aziende vicine dal punto di vista logistico, così da poter contare sul loro intervento in tempi rapidi. L'unico fornitore molto lontano da noi è Spi, però con i suoi tecnici e agenti ha una presenza capillare sul territorio, per cui lo showroom è visitato periodicamente e, in caso di necessità, l'intervento è comunque rapido.

Quale target di clientela frequenta lo showroom e verso quale tipo di prodotto è orientata?

L'80 per cento della clientela è privata, il resto è costituito da architetti con i quali, grazie all'apertura dello showroom, si è stabilita una buona collaborazione. Oggi il cliente si orienta verso i serramenti in PVC, un trend che è ancora in crescita sia per il buon rapporto qualità/prezzo, sia per evitare la manutenzione, necessaria per i serramenti in legno che comunque hanno ancora una buona quota di mercato. A essere orientati maggiormente verso la finestra in legno sono gli architetti che, dovendo assecondare le esigenze dei loro clienti, qualche volta scelgono anche altri materiali, compreso il PVC. Inoltre, in crescita (+30%) rispetto a qualche anno fa, sono le porte blindate e le grate di sicurezza.

La domanda di finestre in PVC è cambiata?

Nonostante il PVC bianco sia il più richiesto, in questi ultimi anni no-



fiamo un aumento delle richieste di finiture decorate, in particolare a effetto legno in diverse tonalità.

Quale ritiene sia oggi l'aspetto più impegnativo della commercializzazione di serramenti?

Far comprendere al cliente le caratteristiche delle finestre e le differenze tra un prodotto e un altro è l'aspetto più impegnativo e difficile della vendita. A volte il cliente confronta, in termini di prezzo, le nostre finestre in PVC, che sono realizzate con profili Schüco, con finestre d'importazione ed è difficile convincerlo che esistono differenze e vantaggi importanti tra un tipo di prodotto e un altro. Occorre quindi insistere con le spiegazioni e l'argomentazione dei vantaggi con la massima chiarezza e trasparenza.

Gli infissi sono distribuiti da più canali di vendita. Da quale sente la concorrenza?

Premesso che in zona non ci sono ancora centri della grande distribuzione Fai da te, ci sono invece diversi showroom di porte e finestre e da parte di questi si avverte concorrenza. Di conseguenza, abbiamo cercato qualcosa che potesse differenziarci agli occhi della clientela. Innanzitutto, abbiamo deciso di realizzare uno showroom diverso: bello, moderno e funzionale capace di attirare il cliente a entrare e a trattenersi, ma comunque da percepire come un luogo di vendita tecnico. Per questo motivo esponiamo numerose sezioni di profili, campioni realizzati ad hoc, per dimostrare come avviene la posa in opera che curiamo in maniera molto attenta, anche perché da sei anni sono iscritto all'albo dei Posatori qualificati Posa Clima.

Come pensa sarà il futuro mercato del serramento?

Ritengo che ora si stia un po' esagerando con le richieste di prestazioni termo-isolanti. Prima erano poche adesso sono troppe. Questa richiesta di prodotti altamente performanti fa, ovviamente, lievitare i prezzi, cosa difficile da far accettare al cliente, soprattutto nei periodi di congiuntura negativa.

9 FARMACI/DEL/EST/RE/NO