

KLIMAHOUSE - LE NOVITÀ

TUTTO IL VERDE MINUTO PER MINUTO



Alla Fiera di Bolzano YouTrade ha incontrato i principali protagonisti dell'edilizia green, che hanno svelato aspettative, preoccupazioni e novità delle aziende presenti. Con un filo conduttore: la certezza di superare il blocco decretato per il superbonus

a cura di **Veronica** Monaco

C'

è chi annuncia una piastrella fotovoltaica. C'è chi confida che la spinta a isolare gli edifici non si sia esaurita. E anche chi, invece di presentare prodotti, punta su idee e rafforzamento del marchio. A Klimahouse YouTrade ha selezionato le aziende, imprenditori e manager più coinvolti nello sviluppo dell'edilizia in versione sostenibile. Ecco che cosa hanno detto.

Gruppo Poron

SUL PALCOSCENICO PER L'INNOVAZIONE

Paolo Cerù

direttore commerciale e socio
Gruppo Poron

DOMANDA. QUAL È IL SUO SENTIMENT
SUL 2023?

RISPOSTA. L'unica idea chiara è che non
abbiamo nessuna certezza. Non sappiamo
quello che potrà accadere, anche perché
in questo momento c'è un conflitto
all'interno dello stesso Governo sul futuro
del superbonus. Sicuramente ci sono
cantieri che potrebbero essere finiti entro
l'anno e ci auguriamo che questo possa
portare volumi aggiuntivi. Rimaniamo
comunque fiduciosi. Per quanto riguarda
Gruppo Poron l'apertura di un nuovo
impianto di produzione nel Triveneto
permetterà all'azienda di crescere senza
dover necessariamente fare affidamento
su grandi esplosioni del mercato. Lo
stabilimento, tecnologicamente molto
avanzato, porterà un risparmio di costi,
sia per il trasporto sia per l'efficienza
produttiva, oltre a una maggiore

disponibilità dei prodotti.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN
FIERA?

R. Abbiamo vinto il Klimahouse Prize
dedicato all'innovazione con un prodotto
realizzato al 100% da biomassa. Si tratta
della nostra punta di diamante per
l'isolamento a cappotto, cioè la lastra W_{TRX}
prodotta con Eps additivato con grafite
Neopor di Basf, che raggiunge un lambda
di 0,030 W/mk.



Officine Rasera

NUOVI ACCESSORI PER IL TETTO

Gildo Piva

amministratore delegato
di Officine Rasera

DOMANDA. QUAL È IL SUO SENTIMENT
RIGUARDO IL 2023?

RISPOSTA. Intravedo difficoltà,
specialmente in edilizia, che è uno dei
settori trainanti per la nostra azienda. Il mio
punto di vista è che comunque il mercato
calerà tra il 10 e il 15%, spero non di più.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO A
KLIMAHOUSE?

R. Accessori per il tetto ventilato, sistema
che consente di ridurre i consumi
energetici. Il sistema è composto di tre
elementi: l'entrata dell'aria in gronda, il
passaggio in falda e l'uscita in colmo.
Noi abbiamo tre prodotti brevettati che
continuano a darci grosse soddisfazioni.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO CHE
HA SUSCITATO MAGGIORE INTERESSE
PRESSO I VISITATORI?

R. La griglia di gronda e il passaggio
in falda.

Alpewa

INTERIOR DESIGN E FACCIATE DI LUSSO

Andrea Favale
marketing manager Alpewa

DOMANDA. CHE COSA VI ATTENDETE PER I PROSSIMI MESI?

RISPOSTA. Il 2023 è incominciato in linea con l'anno scorso. Abbiamo avuto una piccola flessione verso gennaio, già recuperata con febbraio. Quindi la prospettiva è di mantenimento dei livelli del 2022, anno in cui abbiamo avuto un boom del fatturato, complice naturalmente l'aumento dei prezzi, ma anche dei volumi. Secondo me i primi problemi cominceremo a intravederli intorno al biennio 2024-2025, per le conseguenze della guerra e il taglio al superbonus.

D. COM'È LA SITUAZIONE SUL FRONTE DELLE MATERIE PRIME E QUALI SVILUPPI SI ASPETTA?

R. L'anno scorso abbiamo avuto grossissimi problemi sul fronte delle

materie prime, che hanno portato ritardi non indifferenti. Quest'anno la situazione è tornata abbastanza alla normalità, anche se i prezzi, che avevano avuto una decrescita intorno alla fine del 2022, hanno ricominciato a crescere. Non vediamo però grandi problematiche, anche se alcuni materiali restano un po' più difficili da reperire, come il rame e l'alluminio.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA E QUAL È STATO IL PRODOTTO CHE HA ATTIRATO MAGGIORMENTE L'ATTENZIONE DEGLI OPERATORI?

R. Alpewa è un rivenditore di rivestimenti per coperture e facciate. Quest'anno l'azienda ha puntato sui prodotti dedicati all'involucro edilizio, dalla copertura, sia a falda sia piana, alla facciata, in grado di rispondere alle esigenze di durabilità e riciclabilità. Abbiamo portato prodotti per l'interior design e le facciate di lusso, come Fielitz o l'Optinet tridimensionale, fino a elementi per le facciate ventilate, come il pannello composito Stacbond. Per coperture a falde abbiamo proposto la soluzione in zinco titanio della Rheinzinc, l'alluminio Prefa o l'acciaio preverniciato Colofer Robust. Le facciate ventilate sono il focus su cui ci stiamo fortemente concentrando: un mercato in cui siamo entrati relativamente da poco e su cui stiamo puntando tantissimo. I visitatori sono stati molto interessati ai rivestimenti per le facciate ventilate e iniziano anche a capirne i vantaggi rispetto a un semplice cappotto, che ha maggiori oneri di manutenzione. Inoltre, abbiamo presentato i sistemi di impermeabilizzazione con membrane di EPDM, che permettono di impermeabilizzare grandi superfici, sia piane sia inclinate, con un semplice rotolo. Sono riciclabili, antiradice, non rilasciano inerti e quindi sono assolutamente atossiche e sostenibili.



Latercom

LUCI SULL'ANTISISMICA

Davide Pozzobon
direttore vendite Latercom (Danesi)

DOMANDA. QUALI SONO LE ASPETTATIVE PER IL 2023?

RISPOSTA. In questo momento siamo in una fase difficile da prevedere, perché dobbiamo ancora capire quale sarà la portata delle modifiche al superbonus 110%. Operando principalmente sul nuovo, avremo un calo delle quantità rispetto all'anno precedente.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA?

R. Ancora una volta cerchiamo di sviluppare e ampliare la gamma Normablok come alternativa agli altri sistemi costruttivi da abbinare a un isolante. Devo dire che questo prodotto ci sta dando grandi soddisfazioni.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO DAI VISITATORI AL VOSTRO STAND?

R. In questo momento il sistema antisismico costituito da Normablok abbinato a una particolare rete in fibra di vetro, che può supportare una controparete in pietra. Si applica soprattutto nel nuovo e in questo momento è molto utilizzata nelle zone della ricostruzione post-terremoto e nelle zone di montagna, dove c'è ancora la cultura del rivestimento in pietra. C'è stato parecchio interesse da parte dei visitatori.



Ediltec

VISIONE LUNGA E PAGAMENTI CORTI

Paolo Lusuardi

consigliere delegato Ediltec

DOMANDA. QUAL È IL SUO SENTIMENT RIGUARDO IL 2023?

RISPOSTA. È contrastante. Se si guardano i lavori residui del superbonus 110%, il bonus al 90% e il Pnrr, ci sono tutti gli elementi per operare bene anche quest'anno. La grande incertezza legata ai crediti e il continuo mutamento delle regole a gioco già iniziato, fanno assumere posizioni attendiste da parte di molti operatori; per cui le opportunità restano ancora congelate, e non si capisce se sono rimandate, annullate o perse.

D. QUINDI, CHE COSA VEDE LA FINE DELL'ANNO?

R. Il 2022 è stato un anno straordinario per tutto il comparto. Rispetto all'anno passato verosimilmente ci sarà un inevitabile periodo di assestamento per

trovare un nuovo equilibrio tra domanda e offerta. Forse il riferimento più adeguato per fare un paragone sensato è quello che tiene conto della media tra il 2019 e il 2020, prima della bolla dei bonus. Mi aspetto che il 2023 sia superiore a questa media, al netto della parentesi covid e lockdown.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA?

R. Dopo una primissima presentazione a Klimahouse 2020, siamo tornati in fiera con la nostra gamma di canali per il trasporto dell'aria POLIISO Air. Metà del nostro stand è stato dedicato a questo prodotto, disponibile ora in una gamma più ampia, che sta andando molto bene. Si tratta di sistemi per realizzare canali per il trasporto dell'aria già preisolati, che si rivolgono al mercato della termoidraulica e dell'impiantistica. Stiamo cercando di ritagliarci spazi anche in mercati che prima non presidiavamo, specialmente all'estero come il Centro e Sud America.

D. E PER L'EDILIZIA TRADIZIONALE, COSA AVETE PRESENTATO?

R. L'altra metà dello stand Ediltec è stato dedicato alla gamma di pannelli in schiuma POLIISO, alla gamma X-Foam di pannelli polistirene estruso, e alla linea dei prodotti speciali.

D. IL SETTORE DELL'ISOLAMENTO HA CONOSCIUTO UN GRANDE FERMENTO NEL 2022: VI È RIMASTA QUALCHE PREOCCUPAZIONE?

R. I blocchi delle cessioni del credito hanno causato scompensi e temporanee mancanze di liquidità. C'è una forte pressione del mercato per un ritorno a termini di pagamento più lunghi, come nel periodo pre-bolla, ma secondo me sarebbe un grosso errore. L'Italia era un po' un'anomalia in Europa da questo punto di vista: tutta la filiera era abituata a fare credito con dilazioni molto lunghe, e c'è qualcuno sul mercato che vorrebbe tornare indietro. A mio avviso si tratterebbe di un grande sbaglio, perché con pagamenti più corti si lavora più serenamente e si riduce il rischio.

D. QUAL È IL PRODOTTO CHE HA RISCOSSO MAGGIORE SUCCESSO IN FIERA?

R. POLIISO Air ha suscitato molto interesse e questo mi fa molto piacere.



Dakota Group

ATTENZIONE PER IL CONSOLIDAMENTO

Antonio Belotti

direttore generale commerciale
Dakota Group

DOMANDA. CHE OBIETTIVO VI SIETE DATI PER QUEST'ANNO?

RISPOSTA. L'obiettivo è di crescita a una cifra. Sappiamo che il 2022 resterà negli annali come uno degli anni record, ma riteniamo ci sia ancora tanto da fare. Molto lavoro non concluso verrà cantierizzato nel 2023, quindi l'inizio è incoraggiante.

D. E, IN GENERALE, QUALI SONO LE ASPETTATIVE?

R. Mi aspetto un anno possibilmente più sereno su diversi fronti a cominciare dai prezzi, malgrado al momento ancora non si percepisca una flessione. Mi aspetto chiarezza da parte della politica sulle questioni tuttora irrisolte (crediti) e in generale la prosecuzione di quanto di buono si è fatto negli ultimi tre anni (armonizzazione bonus).

D. CHE COSA AVETE PORTATO A KLIMAHOUSE?

R. Per il focus specifico di questa fiera, abbiamo presentato prodotti legati al mondo dei sistemi a secco, dei cappotti (Linea Zero Fire) e del consolidamento strutturale.

D. QUAL È IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO?

R. C'è stata grande attenzione ai prodotti legati al mondo del consolidamento strutturale e ovviamente del cappotto.



Fischer

È L'ANNO
DEL FOTOVOLTAICO

Salvatore Savino

responsabile marketing Fischer Italia

DOMANDA. QUALI SONO LE PREVISIONI PER IL BUSINESS 2023?

RISPOSTA. Abbiamo chiaramente tutti le orecchie puntate sulle ultime novità del superbonus, che cambia un po' la percezione del mercato. Prima o poi doveva arrivare un elemento a scombussolare le aspettative, ma abbiamo ancora una percezione positiva dell'anno grazie ad alcuni trend di mercato che sono destinati a mantenersi nel tempo al di là dell'incentivazione statale, come la diffusione degli impianti fotovoltaici. La ripresa e l'ulteriore crescita dell'elettrico rispetto all'edilizia tradizionale, che l'anno scorso ha invece trainato la domanda con i cappotti e l'antisismica, modificherà probabilmente il peso dei diversi canali di distribuzione.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA?



R. Abbiamo portato i nostri prodotti principali per l'isolamento, tra cui il nuovo tassello FIF Sv II per cappotti. Adatto a spessori che vanno da 14 fino a 40 millimetri, è un prodotto unico che sostituisce i diversi tasselli per cappotto che installatori e rivenditori dovrebbero sempre avere a magazzino e in cantiere. Questo tassello semplifica la vita al posatore e rende anche più facile il lavoro di stuccatura, facendo risparmiare tempo in cantiere, una caratteristica al giorno d'oggi sempre più apprezzata.

D. OLTRE AL TASSELLO AVETE PRESENTATO ALTRI PRODOTTI?

R. Per la nostra vicinanza storica al mondo dall'edilizia abbiamo portato a Klimahouse le soluzioni per le costruzioni antisismiche con tutta una serie di fissaggi, sia chimici sia meccanici, che rispondono alle certificazioni C1 e C2. La necessità di costruire in sicurezza è tremendamente attuale e si traduce in un'edilizia sostenibile, sia nei materiali che nella durata dei prodotti.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ RICHIESTO NEL VOSTRO STAND?

R. C'è stato una grande richiesta relativa alle soluzioni per fissare oggetti su pareti isolate con sistemi a cappotto, per esempio, il condizionatore d'aria e la tenda da sole. Sia gli installatori sia le imprese, ma anche i privati, sono venuti a consultarci in qualità di specialisti del fissaggio.

Knauf Insulation Italia

CACCIA AI MOSTRI
DEL BENESSERE

Paolo Curati

managing director
Knauf Insulation Italia



DOMANDA. COME ANDRÀ IL 2023?

RISPOSTA. Veniamo da anni di grande crescita. Il superbonus 110% ha supportato tutta la filiera dell'edilizia con un aumento che ha trainato il Pil dell'economia italiana. Restiamo positivi anche per il 2023, nonostante il momento di grande incertezza sia sul discorso della cessione del credito sia per i continui cambiamenti normativi sugli incentivi fiscali, che non aiutano le imprese a crescere e investire.

Prefa

ARRIVA LA TEGOLA FOTOVOLTAICA

Nadia Carcione

marketing manager Prefa

Viviamo questa fase di transizione con attenzione. C'è ancora tanto da fare: ci sono diversi progetti pronti a partire e la coda dei progetti avviati con il 110 % da concludere, quindi il sentiment resta positivo.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO A KLIMAHOUSE?

R. Continuiamo con la linea proposta negli anni passati. Tendenzialmente non presentiamo prodotti veri e propri, perché siamo consapevoli che la nostra offerta è già ben conosciuta dal mercato, ma ci concentriamo su una comunicazione più sottile e ironica dedicata al nostro mondo. Quest'anno, tramite un richiamo al film Ghostbuster, abbiamo voluto dare la caccia ai mostri del benessere abitativo, presentando le principali sfide che affrontiamo ogni giorno nel settore dell'isolamento termico, acustico e del comportamento al fuoco delle facciate.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ RICERCATO ALLO STAND?

R. La nostra linea da interno Internal Partition in Ecose senza formaldeide aggiunta, che è il nostro fiore all'occhiello. Abbiamo prodotti in lana di vetro e lana di roccia senza formaldeide aggiunta, un plus che il mercato ci riconosce in termini sia di prestazioni che di salubrità.

DOMANDA. QUAL È LA VOSTRA ATTESA PER I PROSSIMI MESI?

RISPOSTA. Abbiamo avuto qualche timore soprattutto a causa della questione degli incentivi, ma stiamo vedendo che le richieste si mantengono elevate. Continuiamo a lavorare molto bene, abbiamo tantissimi progetti aperti e il lancio della nuova tegola fotovoltaica naturalmente ci sta aiutando molto.

D. QUANDO AVETE LANCIATO QUESTA NOVITÀ?

R. Sul mercato austriaco la tegola fotovoltaica è già in vendita da un anno. In Alto Adige da gennaio 2023, mentre sul resto del mercato nazionale sarà venduta a partire da gennaio 2024. A Klimahouse è stata presentata in anteprima.

D. CHI INSTALLA QUESTO PRODOTTO?

R. È sempre posata dai nostri installatori lattonieri, dopo aver partecipato ai corsi di formazione, perché comunque si tratta di un sistema più delicato che richiede particolari attenzioni.

D. COME PENSATE DI CHIUDERE IL 2023?

R. È un po' difficile ora dare numeri, ma sicuramente in crescita. Nuovi progetti stanno entrando e ce ne sono molti in chiusura, quindi secondo me il 2023 sarà un anno positivo.

D. CHE COS'ALTRO AVETE PRESENTATO IN FIERA?

R. Oltre ai nostri classici sistemi di copertura e facciata, presentiamo la filosofia Prefa per la sostenibilità ambientale. Sono già un po' di anni che la casa madre sta lavorando sull'ottimizzazione dei processi di produzione, del ciclo di vita dei prodotti, ma anche sul miglioramento della logistica. Nei nostri sistemi utilizziamo un'elevata quantità di alluminio riciclato mantenendo costante la qualità dei prodotti e anche il materiale di scarto è completamente

riutilizzato all'interno del ciclo produttivo. Utilizziamo solo elettricità proveniente da fonti rinnovabili e siamo molto attenti anche a utilizzare un'alta percentuale di imballaggi riciclabili.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO CHE HA RISCOSSO PIÙ SUCCESSO ALLO STAND?

R. Oltre alla tegola fotovoltaica, come sistema di rivestimento per facciate è stata molto apprezzata la Doga.X proprio per il suo design molto particolare.



Xella Italia

SOSTENIBILITÀ IN PRIMO PIANO

Marco Paolini
ceo Xella Italia

DOMANDA. PARLIAMO DI BUSINESS: QUAL È IL SUO SENTIMENT PER IL 2023?
RISPOSTA. Sarà un anno complicato caratterizzato da tanta incertezza. Ci sono dei fondamentali importanti da rispettare, quali il risparmio energetico e la sostenibilità, da cui l'industria delle costruzioni dovrà ripartire. Sicuramente dovremmo dimenticarci il superbonus e tornare a lavorare di più sulla ristrutturazione, sulla termoriqualficazione, sul miglioramento sismico degli edifici, anche esistenti utilizzando il discorso della demolizione e ricostruzione. Sono fiducioso per quanto riguarda Xella: i nostri materiali sono effettivamente in linea con i desiderata



del mercato, grazie alla semplicità di utilizzo, alle elevate capacità di isolamento termico, alla velocità di posa.

D. QUINDI, CHE OBIETTIVO VI SIETE DATI PER QUEST'ANNO?

R. Mantenere i volumi dello scorso anno, pur sapendo che le condizioni del mercato sono effettivamente molto diverse dal 2022.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO?

R. Quest'anno abbiamo costruito la nostra presenza in fiera puntando a farci conoscere ancora di più, aumentando la vicinanza al cliente: impresa di costruzione, progettista e rivendita.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO IN FIERA?

R. Le soluzioni di tamponamento monostrato, che evitano l'utilizzo di cappotto all'esterno. Il nostro è un materiale omogeneo, che permette di ottenere efficienza energetica senza l'utilizzo di altri materiali isolanti.

Röfix Italia

SI TORNA ALLA QUALITÀ

Andris Pavan
direttore marketing Röfix Italia



DOMANDA. COME ANDRÀ IL BUSINESS QUEST'ANNO?

RISPOSTA. Sarà un anno ricco in termini di opportunità. L'anno scorso è stato molto complicato dal punto di vista della programmazione. Credo che, invece, nel 2023 sarà nostro compito riuscire a intercettare al meglio il trend legato al mercato dell'isolamento termico, dell'economia circolare e della sostenibilità ambientale. Questi saranno i temi più importanti dei prossimi anni, che ci vedranno impegnati non solo nella proposta dei nostri attuali sistemi, efficaci per l'adeguamento energetico e l'efficientamento del patrimonio edilizio, ma anche verso un'edilizia di qualità legata al riutilizzo dei materiali.

Rego

IL PALO SALVAVITA È ISOLATO

Fabio Biondi

direttore commerciale Rego

D. CHE COSA SI ASPETTA DAL MERCATO?

R. Se dovessimo ragionare solo in termini di fatturati e volumi, mi aspetto purtroppo una probabile flessione. È chiaro che non potremmo realizzare i fatturati e i volumi degli anni scorsi, ma probabilmente ci sarà un ritorno alla qualità. Ritengo che quest'anno si tornerà a essere più attenti alla progettazione, alla posa, alla consulenza. Siamo tutti in attesa di capire quale sarà l'orientamento del Governo sugli incentivi e quali saranno le nuove regole a cui dovremo sottostare: quando ci sarà chiarezza, nel bene e nel male, sicuramente potremo fare una valutazione più obiettiva.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO ALLO STAND?

R. Allo stand Røfix i visitatori hanno potuto trovare sistemi che rappresentano l'universo dell'azienda, dalla riqualificazione energetica con i sistemi isolanti, alla manutenzione e al recupero storico di edifici sotto tutela, nonché l'adeguamento sismico e particolari finiture. Abbiamo cercato di dare identità alle facciate attraverso prodotti che utilizziamo normalmente con una veste nuova, rappresentativi delle possibilità progettuali rivolte non solo all'efficienza e alla durabilità e alla protezione, ma anche all'estetica. Un altro tema è la manutenzione dei cappotti esistenti che credo diventerà un trend nel prossimo futuro, e che ha attirato fortemente l'attenzione dei progettisti.

DOMANDA. CI SONO NOVITÀ CHE RIGUARDANO LA VOSTRA AZIENDA?

RISPOSTA. Rego ha incrementato la rete commerciale a livello nazionale, tant'è che è ormai presente in tutte le regioni d'Italia con i suoi agenti. Ovviamente, nel nostro settore siamo molto legati alle normative e non tutte le regioni attualmente hanno delle regole in tema di dispositivi anticaduta e linee vita, però l'interesse è sempre molto alto. Ci stiamo diffondendo territorialmente, con un occhio anche all'estero.

D. A LIVELLO DI BUSINESS CHE COSA VI ASPETTATE PER IL 2023?

R. Un'ulteriore crescita dei nostri prodotti. Sebbene stiamo vivendo un momento interlocutorio causato dalla fine del superbonus 110%, stiamo lavorando molto bene con gli impianti fotovoltaici. A differenza delle precedenti installazioni in copertura di sistemi anticaduta, destinati a essere utilizzati una volta ogni tanto, per gli impianti fotovoltaici si presuppone un utilizzo molto più assiduo poiché questi sistemi necessitano di una manutenzione più frequente. Strutture come il nostro parapetto, per esempio, consentono un accesso molto facile e rapido in copertura, senza grosse preoccupazioni.

D. QUALI NOVITÀ AVETE PRESENTATO A KLIMAHOUSE?

R. Il prodotto più importante è il palo H-Stop TH, isolato con polistirene espanso, a taglio termico, che elimina le dispersioni di calore causate dall'installazione del palo della linea vita sulla copertura. Il prodotto ha riscosso molto interesse.

D. CI SONO ALTRI PRODOTTI CHE HANNO SUSCITATO INTERESSE?

R. Oltre al palo termico, anche il parapetto a innesto rapido ha incuriosito i visitatori grazie alla possibilità di far risparmiare il 30% del tempo di posa.



Wienerberger

IL FOTOVOLTAICO È COLOR MATTONE

Dario Mantovanelli
responsabile Commercial
Excellence Wienerberger

DOMANDA. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA?

RISPOSTA. La scelta di andare oltre il laterizio ed entrare nel mercato dell'involucro è stata totalmente spontanea. Wienerberger è percepita dal mercato come l'operatore esperto nello sviluppo di soluzioni per l'involucro. Ci è sembrato pertanto naturale ampliare la nostra offerta e lanciare due soluzioni pensate specificamente per il mondo della ristrutturazione. Isolclay è un pannello prefabbricato facciavista per l'efficientamento di edifici esistenti, mentre Wevolt è un sistema fotovoltaico innovativo integrato, disponibile anche nel colore terracotta. Quest'ultimo è

particolarmente adatto nei centri storici e nelle aree vincolate, dove il classico fotovoltaico di colore nero non sempre può essere utilizzato.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO CHE HA RISCOSSO PIÙ INTERESSE TRA I VISITATORI?

R. Indubbiamente il fotovoltaico color terracotta ha attirato moltissimo l'attenzione, rispondendo alla problematica di come intervenire in contesti vincolati. Il fatto di avere un'alternativa al colore nero consente al fotovoltaico di essere anche sovradimensionato e diventare un vero e proprio elemento di design in copertura.

D. COME VEDE IL 2023?

R. Sarà sicuramente un anno anomalo. Come il 2021 e il 2022 hanno lanciato sfide nuove, anche quest'anno sembra configurarsi diversamente dai precedenti. Bisognerà capire anche che tipo di azioni saranno intraprese sui finanziamenti e sugli incentivi fiscali, e questa sarà un po' la chiave per tracciare una previsione. Sicuramente il 2023 sarà un anno sfidante, ci saranno delle opportunità interessanti, ma al momento è difficile fare previsioni a medio-lungo termine.

D. QUAL È IL VOSTRO OBIETTIVO?

R. Indipendentemente dalle condizioni del mercato, l'obiettivo di Wienerberger rispetto agli anni precedenti è chiaro e vede, da un lato, un focus continuo sulle strategie ESG e, dall'altro, l'ampliamento dell'offerta di sistemi innovativi. Stiamo lanciando molte soluzioni nuove e anche l'acronimo Wow - World of Wienerberger serve a raccontare al mercato che l'azienda non si pone più solo come produttrice di laterizi, che continuerà comunque a essere il focus principale, ma si apre al mondo delle ristrutturazioni con il nuovo sistema fotovoltaico Wevolt e con il sistema per facciate Isolclay. Ci aspettiamo dunque grandi soddisfazioni anche dal punto di vista del business.



Abitare legno

LA CASA È SU MISURA

Andrea Milazzo
responsabile commerciale
Abitare Legno

DOMANDA. C'È UNA TIPOLOGIA DI CASA CHE È PIÙ RICHIESTA?

Risposta. Noi non lavoriamo con case modulari o a catalogo, ma su progetti su misura del cliente. Una casa è costituita da mille variabili logistiche, progettuali, architettoniche, costruttive, ed è anche molto difficile dare un range di costo di costruzione.

D. E CHE COSA AVETE PORTATO IN FIERA?

R. Sostanzialmente la nostra sartorialità e artigianalità, quindi un concetto di edilizia in legno circolare, di scelta di materiali e di personalizzazione rispetto alle esigenze del cliente.

D. C'È STATO UN PRODOTTO CHE HA SUSCITATO MAGGIORE ATTENZIONE?

R. Ci hanno avanzato molte richieste per interventi immobiliari con lottizzazioni fatte con edifici in legno. Molte imprese di costruzione vogliono cambiare il tipo di prodotto che offrono sul mercato.

D. CHE COSA VI ASPETTATE DAL 2023?

R. Grazie allo strascico dei bonus, buona parte del business 2023 è già abbastanza definito. Sicuramente ci aspettiamo che il mercato torni a lavorare con dinamiche più normali rispetto agli ultimi anni.



Alubel

NUOVA FORMA ALLE LASTRE GRECATE

Matteo Minelli

tecnico-commerciale Alubel

DOMANDA. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO ALLO STAND?

RISPOSTA. Il Sottocoppo attira sempre l'attenzione dei visitatori, sia perché il mondo delle coperture raccoglie maggiori richieste rispetto a quello delle facciate, sia perché questo prodotto rappresenta davvero una grossa innovazione esclusiva sul mercato. Sottocoppo ci consente di agire sia nell'ambito delle nuove costruzioni sia nell'ambito dell'esistente, anche nei centri storici dove solitamente le lastre metalliche sono bandite: riesce a creare il giusto trait d'union fra vecchio e nuovo, tra manto metallico e coppo tradizionale.

D. QUALI NOVITÀ AVETE PORTATO?



R. Oltre ai tradizionali sistemi di facciata, in fiera abbiamo presentato una novità importante che si rivolge in particolare al mercato dei progettisti. Si tratta di Alubel Forma, lastre grecate personalizzabili che offrono la possibilità di realizzare diverse sagome a livello di grecatura, con sezioni triangolari, rettangolari, quadrate. Sul tema coperture, oltre al classico Sottocoppo che nel giro di un paio d'anni ha fatto scuola, abbiamo presentato le nuove lamiere strutturali per solai interpiano e di copertura, che saranno a brevissimo in produzione.

D. CHE COSA SI ASPETTA DAL 2023?

R. Pur essendo iniziato con la notizia bomba dello stop ai bonus, nel 2023 ci sono buoni segnali dal settore industriale e commerciale che hanno sempre trainato le vendite di Alubel. Pensiamo quindi di non subire un grosso contraccolpo dallo stop al superbonus. La nostra forza è sempre quella di avere un'ampia gamma di prodotti capace di servire sia il settore industriale che quello civile, quindi essendo così trasversali e versatili, riusciremo a uscirne positivamente. Non dubito anche in un incremento di fatturato grazie alle novità che abbiamo da poco lanciato sul mercato, capaci di anticipare anche le nuove tendenze.

Dierre

OCCHI PUNTATI SULLA FILOMURO

Laura De Robertis

direttrice marketing Dierre



DOMANDA. COM'È ANDATO IL VOSTRO 2022 E QUALI SONO LE PREVISIONI PER IL 2023?

Risposta. Abbiamo lavorato tanto negli anni precedenti su diversi progetti che volevamo lanciare nel 2023. Da questo punto di vista sono ottimista, perché abbiamo continuato a innovare sia sul versante della sicurezza che nell'interior design. Siamo consapevoli di vivere un periodo complesso, con un mercato interno destinato probabilmente alla frenata anche a causa della progressiva riduzione dei bonus edilizi e dei crediti connessi, ma il nostro atteggiamento resta ottimista e determinato.

D. CHE OBIETTIVI VI SIETE DATI?

R. Abbiamo tanti cantieri che devono ancora concludersi, quindi ci sarà molto

lavoro da fare. Abbiamo investito su nuove strategie, che presenteremo alla nostra rete vendita entro la tarda primavera: obiettivi di mercato, showroom con un nuovo layout espositivo per valorizzare prodotti e tecnologie, attività di formazione con l'Accademia Dierre e tante altre novità che daranno l'opportunità ai nostri partner di crescere ancora di più.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO?

R. Prodotti in linea con le esigenze CasaClima, di cui siamo partner dal 2009, quando presentammo Synergy-Out, la nostra prima porta blindata con il sigillo dell'Agenzia. Da allora abbiamo migliorato costantemente le prestazioni di isolamento termo-acustico delle nostre porte blindate e oggi Synergy-Out in versione Green raggiunge fino a 0,6W/m²K di trasmittanza termica e 46 decibel di potere fonoisolante. Recentemente è nata Sleek Out, la prima blindata filomuro con trasmittanza termica 1,2 W/m²K e 42 decibel di serie. Per questa soluzione, nata in collaborazione con Schüco, abbiamo realizzato il taglio termico sul telaio coibentato e sulla carenatura dell'anta, a cui si aggiunge lo speciale controtelaio Dierre in acciaio zincato 20/10 con inserti in Pvc. Aver raggiunto queste prestazioni con un prodotto ci riempie di orgoglio perché conferma l'altissimo grado di innovazione raggiunto dalla nostra azienda.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO IN FIERA?

R. Sicuramente Sleek Out, che ha colpito subito l'attenzione dei visitatori per il suo design. Una porta filomuro con apertura fino a 180 gradi e un look minimalista che può mimetizzarsi con la parete, garantendo al contempo la massima efficienza energetica. Anche i nostri rivenditori ci hanno fatto i complimenti. La serratura automatizzata Next Elettra è un altro prodotto che ha destato grande attenzione. Consente il controllo degli accessi a distanza grazie al collegamento wi-fi con la rete internet di casa, la gestione degli accessi one-to-one e, grazie al maniglione contactless, permette di aprire la porta attivando un sensore, calpestando semplicemente un fascio luminoso. Come nei più recenti modelli di automobile.

Boero

UNA NOVITÀ PER L'ISOLAMENTO

Lorenzo Bruzzone

coordinatore vendite Boero

DOMANDA. CHE COSA SI ASPETTA DAL 2023?

RISPOSTA. Siamo di fronte a obiettivi importanti di efficientamento energetico imposti dalla direttiva europea. Il superbonus è stato uno strumento molto utile di sperimentazione per il miglioramento dell'efficienza energetica degli edifici e un importante acceleratore della direttiva europea che è entrare in vigore adesso. L'isolamento termico degli edifici garantisce una grossa opportunità di risparmio a chi usufruisce dell'intervento.

D. CHE OBIETTIVO VI SIETE DATI PER FINE 2023?

R. Sicuramente la chiusura di lavori

non ancora terminati dovuto al blocco della cessione del credito e la continua divulgazione dei nostri sistemi Certificati Eta.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA?

R. I nostri sistemi cappotto certificati e l'innovazione nel mondo dell'isolamento termico, cioè il sistema a secco Isolareflex, certificato ETA e con proprietà antisismiche. Quindi un sistema in grado di coniugare il duplice aspetto termico e sismico.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ RICHIESTO?

R. Il sistema a secco Isolareflex perché è una vera novità nel mondo dell'isolamento termico. È in grado di garantire importanti vantaggi sia nella velocità e flessibilità della posa in opera, sia in termini tecnici e prestazionali.



XT Insulation

ECCO LA GAMMA
IN POLIURETANO
ESPANSO

Andrea Baldo

direttore commerciale XT Insulation

DOMANDA. CHE COSA AVETE
PRESENTATO A KLIMAHOUSE?

RISPOSTA. La gamma prodotti distribuita da XT Insulation, cioè soluzioni in lana di roccia, lana di vetro e poliuretano espanso. Quest'anno, in particolare, abbiamo puntato a ufficializzare la collaborazione con Iko per la gamma di prodotti in poliuretano espanso. La collaborazione è nata un anno e mezzo fa; quest'anno stiamo iniziando la promozione alla rete distributiva a livello nazionale e a entrare nella fase di progettazione con la chiusura

di accordi importanti a livello nazionale, anche con aziende che producono sistemi impermeabili. Questo ci permetterà nel medio periodo di inserire in modo completo questo tipo di materiale nella gamma di vendita.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ
GETTONATO?

R. Non c'è stato un prodotto particolare, ma è molto gettonata la nostra competenza tecnica e il servizio che siamo in grado di offrire ai clienti. Sempre di più siamo visti come specialisti dell'isolamento e interpellati per questo.

D. COME STA ANDANDO IL 2023?

R. È partito abbastanza bene. Stiamo lavorando su cantieri e progetti avviati nel pieno del superbonus 110%, quindi viviamo ancora un'onda abbastanza positiva dal punto di vista delle quantità. C'è sicuramente in corso una frenata importante: stanno cambiando le dinamiche di vendita e il Pnrr non è ancora partito, di conseguenza c'è un momento di stasi. Sono convinto però che le difficoltà saranno relative e dureranno ancora qualche mese; dalla seconda parte del 2023 potremmo vedere come realmente andrà l'anno. Sono abbastanza ottimista.



Andrea Baldo con
Francesca Menozzi



Hörmann

LA CORSA
DEL BUSINESS
CONTINUA

Raimondo Frau

direttore tecnico Hörmann Italia

DOMANDA. COME STA ANDANDO IL
2023 PER HÖRMANN?

RISPOSTA. È partito a gonfie vele. Anche se avevamo grosse incertezze rispetto all'andamento del mercato, siamo stati avvantaggiati da un pacchetto ordini estremamente interessante che siamo riusciti a integrare dallo scorso anno. Abbiamo visto che in questi primi tre mesi c'è stato movimento, più nel settore della logistica che nel residenziale, quindi mi aspetto un anno positivo.

D. QUALI PRODOTTI AVETE PORTATO A
KLIMAHOUSE?

R. Abbiamo presentato portoni a elevato valore di coibentazione e porte d'ingresso con performance di coibentazione e abbattimento acustico di un certo livello, ma anche grande attenzione all'estetica in virtù di un design curato nei minimi particolari e di un'interessante gamma di finiture.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ
GETTONATO DAI VISITATORI?

R. Il portone sezionale nelle nuance del legno, estremamente performante sotto l'aspetto architettonico.

Calchèra San Giorgio

DUE GAMME CON
MATERIALI NATURALI

Gianni Nerobutto

direttore tecnico e responsabile generale di Calchèra San Giorgio

DOMANDA. QUALI SONO LE NOVITÀ?

RISPOSTA. Abbiamo presentato due diverse gamme di prodotti. La prima è quella dei decorativi minerali naturali che, oltre al colore minerale e alla calce come legante utilizzano anche elementi decorativi, come vetri colorati, miche, conchiglie per formare un prodotto di design. Abbiamo poi presentato Calcedicampo, l'intonaco fatto con il recupero degli scarti dell'industria agroalimentare e del laterizio, quali calce pura naturale e sabbia da gusci d'uova, ceneri amorfe di lolla di riso e

cocciopesto, col quale siamo stati anche premiati nell'ambito del Klimahouse Prize.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO CHE HA RISCOSSO MAGGIORE INTERESSE?

R. Le finiture decorative, perché hanno il fascino dei colori e della materia, molto più di quelli con la madreperla. Sono molto apprezzati anche i vetri colorati o i marmorini opachi ispirati a formulazioni antiche.

D. QUALI SONO LE ASPETTATIVE PER IL 2023?

R. Mi aspetto che si mantenga un trend simile a quello dei due anni passati. Abbiamo molti lavori in progetto sia in Italia che all'estero, quindi vedo anche per il 2023 un anno positivo e in crescita.



BF

NESSUNA FRENATA
PER IL LAMINATO

Ferdinando Bugna

titolare di BF

DOMANDA. PARLIAMO DI BUSINESS: CHE COSA SI ASPETTA DAL 2023?

RISPOSTA. Grazie al nostro prodotto per le facciate ventilate nel 2023 mi aspetto un buon anno. Abbiamo già un po' di ordini in casa e preventivi, perciò sono positivo sia per quanto riguarda la vendita del materiale sia per la progettazione. Nel 2013 abbiamo creato il Consorzio Apox, che riunisce i nostri installatori professionisti artigiani di Lombardia, Veneto e Trentino per la posa in opera a regola d'arte. Questo è un grande punto di forza che ci permette di offrire al cliente un servizio chiavi in mano, permettendoci di realizzare progetti sartoriali.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO ALLO STAND?

R. La novità della stampa digitale sui pannelli per il rivestimento delle facciate ventilate per esterno, con le stesse certificazioni degli altri pannelli di facciata. In più, abbiamo proposto la nostra soluzione di pavimento galleggiante per terrazzi in Hpl con certificazione antisdrucchio.

D. QUAL È STATO IL VOSTRO PRODOTTO PIÙ GETTONATO IN FIERA?

R. Il laminato. BF ha quattro pilastri: l'Hpl, il legno, il vetro e il pvc. Però il nostro core business rimane l'Hpl e il laminato, il nostro grande punto di forza.

Rexpol

RIQUALIFICAZIONE ANTISISMICA

Alessandro Jug
responsabile marketing Rexpol

DOMANDA. CHE COSA AVETE PORTATO A KLIMAHOUSE?

RISPOSTA. Abbiamo presentato due soluzioni per riqualificare sismicamente il parco immobiliare esistente. La prima è rappresentata da sismaREX, un sistema dedicato al miglioramento o adeguamento sismico degli edifici esistenti realizzati in muratura portante, la seconda è la nuova modalità di impiego del sistema ICF Rexconcrete mediante la quale miglioriamo le performance sismiche degli edifici a telaio.

D. E QUAL È STATO IL PRODOTTO CHE HA RISCOSSO MAGGIORE INTERESSE?

R. Senza ombra di dubbio sismaREX poiché risolve con semplicità l'esigenza di migliorare contemporaneamente gli edifici sia dal punto di vista sismico che termico.

D. CHE COSA VI ASPETTATE DAL 2023?

R. Il Decreto Rilancio ci ha visti protagonisti nel sopportare al meglio i nostri clienti. Ora, al netto di nuove modifiche legislative, il boom del mercato delle ristrutturazioni legate ai bonus fiscali lascerà il posto a quello delle nuove realizzazioni mentre recepiamo segnali molto positivi sulla necessità di migliorare sismicamente gli edifici esistenti.



Bifire

UNA LASTRA A BASE GESSO TECH

Stefano De Monti
tecnico Bifire

DOMANDA. QUALI SONO STATE LE NOVITÀ PER IL KLIMAHOUSE?

RIPOSTA. Si chiama Aquaglass: è una lastra a base gesso per esterni a elevato contenuto tecnologico.

D. E IL PRODOTTO PIÙ RICHIESTO?

R. È ancora il Vacunanex, prodotto per l'isolamento termico a bassissima spessore. In soli 2 centimetri: questo pannello sostituisce 20 centimetri in lana di roccia o 16 di Eps grigio, e rappresenta una soluzione quasi unica sul mercato a livello di prestazioni e durata.

DOMANDA. COSA VI ASPETTATE DAL 2023?

Risposta. L'andamento del 2023 dipenderà tantissimo da come verrà gestito il superbonus e da come le imprese reagiranno a questa situazione. In Italia siamo molto bravi ad affrontare i cambiamenti, quindi la visione è comunque positiva nonostante tutte le difficoltà che si stanno manifestando. Chiaramente è prevista una contrazione del mercato: vedremo di affrontarla nel migliore dei modi, ampliando la gamma e aiutando le imprese, tant'è che dal 2023 Bifire ha previsto uno strumento di ritiro del credito. Per le imprese che hanno fatto lavori con il 110%, Bifire si propone di ritirare dei crediti in cambio di una fornitura del prodotto per l'isolamento termico Vacunanex.



Oli

IL PASSAGGIO TETTO SUPER SICURO

Walter Marabelli
responsabile settore canne fumarie Oli

DOMANDA. AVETE PRESENTATO NOVITÀ?

RISPOSTA. Abbiamo mostrato in anteprima Fire Protection Plus 400, l'innovativo passaggio tetto per la protezione del nodo tetto, cioè del punto in cui la canna fumaria attraversa il tetto e il solaio. È un prodotto brevettato, studiato in collaborazione con l'Università di Brescia ed è specifico per solai fino a 400 millimetri di altezza. Oggi sul mercato tutti i passaggi tetto sono testati con 20 centimetri di soletta. Oli è già proiettata sulla nuova normativa 13216, parte 1, arrivando fino a 400 millimetri di spessore. Il materiale coibente ha performance altissime; l'assenza di ventilazione e la protezione fino a 600 gradi centigradi, rendono il prodotto estremamente sicuro.

D. CHE COSA SI ASPETTA DAL 2023?

R. Sono convinto che il 2023 sarà ancora un anno positivo, anche se non sui livelli del 2022. La canna fumaria è un prodotto molto legato al superbonus 110%, e i limiti e le incertezze sui bonus avranno delle conseguenze. Tuttavia, resto convinto che anche il 2023 sarà un anno buono.



Pontarolo Engineering

CAPPOTTO E VESPAIO
IN PRIMO PIANO

Luca Chiarot

ufficio commerciale Pontarolo
Engineering

DOMANDA. COME SI È PRESENTATO IL 2023?

RISPOSTA. Premettendo che il 2022 è stato un anno davvero molto soddisfacente per noi e per il settore edile in generale, grazie agli incentivi e ai superbonus introdotti, con risultati decisamente superiori alle previsioni, il 2023 è iniziato positivamente e ci aspettiamo di confermare questi risultati e quelli del 2021. Indubbiamente, non sarà un anno semplice ma faremo del nostro meglio per mantenere i risultati raggiunti e raggiungere gli obiettivi, continuando a offrire ai clienti soluzioni innovative, al passo con l'evoluzione del mercato.



D. CHE COSA AVETE ESPOSTO A KLIMAHOUSE?

R. Abbiamo presentato tutti i nostri sistemi a partire dai cappotti esterni e interni, sempre più richiesti nelle ristrutturazioni, soprattutto su edifici antichi sprovvisti di sistemi isolanti. Abbiamo poi esposto il sistema costruttivo Pontarolo per nuove costruzioni antisismiche, salubri, dotate del massimo comfort, termicamente e acusticamente isolate. Tale sistema comprende diverse tecnologie quali il vespaio areato isolato IsolCupolex e il cassero Climablock per la realizzazione delle pareti, diventato ormai il nostro simbolo e secondo classificato al Klimahouse Prize 2023 per il settore Market Performance. Infine, una parete intera del nostro stand è stata dedicata al nuovo cappotto Spyrogrip Sismiko, un sistema innovativo dall'enorme potenziale: è in grado di riqualificare energeticamente e sismicamente un edificio, in un unico passaggio e senza dover interrompere la normale attività al suo interno.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO DALLO STAND?

R. Sicuramente il cassero Climablock realizzato in EPS Twinpor, successo dovuto ai numerosi vantaggi che apporta rispetto al sistema tradizionale e a una sempre crescente notorietà, dimostrata anche dal fatto di essersi aggiudicato il secondo posto nella categoria Market Performance al Klimahouse Prize di quest'anno.

Bagattini

GRANDE SUCCESSO
DELLE PAVIMENTAZIONI
DRENANTI

Luca Francioni

responsabile tecnico BAGATTINI



DOMANDA. CHE COSA PREVEDE PER IL 2023?

RISPOSTA. Il 2023 sarà un momento di passaggio, con grandi stravolgimenti nell'edilizia, che in parte ci sono già stati. Per quello che riguarda le pavimentazioni da esterni c'è molta attenzione sia dei progettisti che dei clienti finali per alcune caratteristiche specifiche promosse anche da regolamenti quali i CAM e l'invarianza idraulica. Le nuove richieste normative hanno reso più facile per i tecnici identificare i prodotti idonei e per aziende come la nostra proporre un'offerta in linea con tali caratteristiche, comprensiva della indispensabile documentazione tecnica a supporto.

D. CHE COSA SI ASPETTA DAL

MERCATO?

R. Siamo fiduciosi che il mercato tenderà a stabilizzarsi su prodotti di maggiore qualità e di più elevato contenuto tecnico e ci sentiamo pronti a rispondere a questa richiesta. Alla luce del miglioramento della situazione internazionale dal punto di vista delle materie prime e dei costi dell'energia, il 2023 potrebbe rivelarsi migliore dell'anno passato.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO A KLIMAHOUSE?

R. Klimahouse è la casa dell'edilizia green, pertanto abbiamo presentato prodotti con caratteristiche tecniche correlate al risparmio energetico e all'ecosostenibilità, come le pavimentazioni drenanti o con alto indice di riflettanza solare (SRI), insieme a prodotti che prevedono un ciclo di vita particolarmente virtuoso, tutte caratteristiche, queste, esplicitamente richieste dai CAM.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO DELLO STAND?

R. Sicuramente le pavimentazioni drenanti della Linea DrenoPav, che garantiscono permeabilità al 100% abbinata a una resa estetica del tutto simile a quella delle pietre naturali. In questo senso sono un prodotto che rispecchia i principali trend di un mercato che vede nella certificazione delle prestazioni e nell'attenzione al design tra le caratteristiche di maggior rilievo.

DIAMO LA
GIUSTA DIREZIONE
AI FUMI E
ALLE ACQUE



Fakro

LA FINESTRA SI APRE CON IL SOLE

Bruno Pernpruner

direttore generale di Fakro Italia

DOMANDA. CHE COSA SI ASPETTA DAL 2023?

RISPOSTA. Per quanto riguarda il nostro mercato, vediamo il 2023 in maniera cautamente positiva. Non avendo lavorato con un mercato gonfiato dai bonus, non avremo grandi ricadute. Per quanto ci riguarda sarà un altro anno proficuo, magari con una crescita inferiore rispetto a quella registrata negli ultimi due anni. Rimane un unico punto di domanda sull'aspetto finanziario, cioè quanto inciderà sulla clientela finale, sulle imprese e di conseguenza sulle rivendite: se non inciderà molto, direi che le previsioni rimarranno molto positive.

D. CHE COSA AVETE PRESENTATO IN FIERA?

R. In fiera abbiamo avuto l'occasione di presentare la nostra gamma completa,

con soluzioni che riguardano sia i tetti a falda sia i tetti piani, che stanno prendendo sempre più piede. Per i tetti piani abbiamo portato i prodotti tradizionali, per arrivare fino alla finestra calpestabile che offre una soluzione veramente unica sul mercato. Nel campo delle finestre per tetti a falda spaziamo su linee di prodotto in legno e Pvc, con un ampliamento nel campo dell'automazione: non solo finestre elettriche gestite con radiocomando o sistemi domotici abbastanza semplici, ma anche finestre e accessori azionabili tramite wi-fi e smartphone. Abbiamo inoltre ampliato molto la gamma dei prodotti solari con finestre e accessori che non hanno più bisogno di essere alimentati dall'impianto elettrico della casa, ma che ricevono energia da impianti

solari. Questi prodotti hanno un impatto non solo sui consumi e sulla sostenibilità ma offrono anche il vantaggio di poter essere installate in quelle situazioni dove manca l'allacciamento elettrico.

D. QUAL È STATO IL PRODOTTO PIÙ GETTONATO PRESSO IL VOSTRO STAND?

R. Sicuramente nel campo dei tetti piani la finestra calpestabile. Abbiamo realizzato il pavimento del nostro stand con questa soluzione, che ha incuriosito i visitatori e invogliato ad approfondire il prodotto. Nel campo dei tetti a falda ha suscitato molto interesse la finestra a doppia apertura. Con l'ultima evoluzione di prodotto riusciamo ora a realizzare veramente dei serramenti di dimensioni molto grandi, arrivando fino al 134x160 centimetri ad anta unica.



Riwega

L'EDILIZIA DIVENTA UN PARTY

Claudio Pichler
direttore marketing
Ergepearl Group Riwega

DOMANDA. NELL'AMBITO DEGLI EVENTI COLLATERALI DI KLIMAHOUSE, RIWEGA È TRA GLI ORGANIZZATORI DELL'NZE B PARTY. DI CHE COSA SI TRATTA?

RISPOSTA. NzeB party è organizzato dal Gruppo Ergepearl, di cui Riwega fa parte, insieme ad Amonn Color, EXRG e Internorm: con una serata esclusiva, dedicata a tecnici, operatori e aziende del mondo edile, per parlare di efficienza energetica e sostenibilità in edilizia.

D. PERCHÉ AVETE PENSATO DI ORGANIZZARE UNA MANIFESTAZIONE DEL GENERE?

R. La prima edizione è nata quasi per caso. Il gruppo Casaclima Network del Piemonte ci aveva chiesto di organizzare una cena con visita all'azienda. Anno dopo anno, l'evento si è esteso a un numero sempre maggiore di partecipanti, diventando una vera e propria festa. Quest'anno l'evento ha raggiunto quota 450 partecipanti, diventando un punto di riferimento tra tutti gli operatori impegnati sui temi del costruire sano, sostenibile ed efficiente che, in un unico posto, possono fare pubbliche relazioni, networking e stare bene insieme.

D. QUINDI, UN MOMENTO DI CONFRONTO A LIVELLO NAZIONALE?

R. NzeB party sta cominciando anche a uscire dai confini nazionali. Da qualche anno ci sono ospiti che arrivano dall'estero. Quest'anno, per esempio, c'è stata una delegazione di costruttori dall'Estonia, una rappresentanza di Confindustria Bulgaria, dei costruttori austriaci, il quartier generale Nilan dalla Danimarca, azienda di cui EXRG propone i prodotti in Italia, e il direttore generale di Internorm Austria.



Francesco Papallo, Andrea Ferretti e Werner Rizzi (Ergepearl Group)



Claudio Pichler

D. CHE COSA VI HA DATO LO STIMOLO A CONTINUARE A PROPORRE QUESTA INIZIATIVA?

R. Non è un incontro finalizzato a promuovere prodotti o organizzare dei convegni. Dopo una giornata di lavoro in fiera, a NzeB party ci si può rilassare e parlare liberamente davanti a un bicchiere di vino, mangiando qualcosa insieme e divertendosi ascoltando la musica.

D. QUAL È IL SEGRETO DEL SUCCESSO DI QUESTA INIZIATIVA?

R. Anno dopo anno l'evento si sta allargando a macchia d'olio grazie al continuo passaparola. Il successo sta nel tema al centro dell'iniziativa: costruire efficiente e sostenibile. Chi partecipa a NzeB party parla la stessa lingua, quella della sostenibilità, anche sotto bandiere diverse.





Denis Sartori (Ergepearl Group) e Claudio Pichler



Claudio Pichler con Sergio Gallo (Fondazione Alberitalia)



Claudio Pichler con Paolo e Giovanni Curzel (Legno House Trentino)



Gli amministratori: Maurizio Marchese (Amonn Color), Denis Sartori (Ergepearl Group), Daniele La Sala (Internorm), Ivo Cerboni e Stefano Faganello (EXRG)



Lo staff organizzatore: Mauro Postal (Internorm), Armin Hofstaetter (Amonn color), Claudio Pichler (Ergepearl Group), Ivo Cerboni e Stefano Faganello (EXRG)