Klimainfisso/2. Impressioni e opinioni di operatori e visitatori

Ennio Braicovich

K di Bolzano. A voi la parola

Di stand in stand, di corridoio in corridoio per cogliere il senso e la portata della prima edizione di Klimainfisso. Ne esce un panorama variegato e interessante in cui non mancano le voci critiche ma anche un ampio ventaglio di pareri positivi.

Una carrellata di opinioni di espositori e di visitatori per cogliere umori e malumori, il vissuto vero di una manifestazione. Le fiere rappresentano un momento importante per ogni settore. Nel momento caldo della fiera è sempre difficile avere una visione obiettiva da chi in quel momento è in prima linea per servire clienti. Così abbiamo preferito attendere qualche giorno e, lontani dalla fiera, abbiamo chiesto un giudizio ai responsabili delle aziende presenti a Klimainfisso. Ne esce un panorama variegato e interessante in cui non mancano le voci critiche ma anche un ampio ventaglio di pareri positivi.

Piccola ma efficace

1. *Franco Tenzon, Uniform*: "Sì, Klimainfisso è stata una fiera piccola ma efficace. E' stata il palcoscenico giusto perfetto per presentare il nostro ultimo prodotto, Termoscudo, la finestra per casa passiva, certificata dall'Istituto Passiv Haus di Darmstadt. A parte il primo giorno, abbiamo avuto molti visitatori, fino a sabato tardi alla chiusura. Sono state visite interessate e concrete. Certo, c'erano molti clienti nostri ma anche parecchi nuovi. Il bilancio è positivo e mi ritengo soddisfatto. La formula di Klimainfisso è interessante perché, essendo rivolta solo a professionisti specializzati, non mescola clienti e fornitori."

"Dove altro se non a Bolzano?"

2. *Giulio Zanetti*, responsabile marketing & comunicazione di *Metra Spa*, capofila del mondo italiano dei sistemi per finestre e facciate in alluminio alla fine di Klimainfisso afferma: "Klimainfisso è stata la location più adatta per presentare il nuovo prodotto NC 90 STH HES-High Energy Saving, il primo sistema interamente in alluminio ad ottenere la certificazione Gold di Finestra Qualità CasaClima. E del resto, dove altro se non a Bolzano, poteva esserci il debutto? La fiera mi è sembrata di dimensioni contenute ma molto specifica, altamente qualificata e riservata per chi è interessato al risparmio energetico, o meglio all'alta efficienza energetica dei serramenti. Posso aggiungere che tutti i visitatori che hanno visitato lo stand, a prescindere se serramentisti, progettisti o clienti finali, erano molto preparati e competenti sui prodotti, in riferimento alle normative e in funzione delle loro richieste. Ci ha sorpreso anche il fatto che alcuni privati conoscessero anche i particolari costruttivi del serramento. Come previsto non ci aspettavamo un afflusso esagerato. C'è stato comunque parecchio pubblico ma quello che mi ha stupito è stata la competenza dei visitatori."

1

2

3

Bene ma le fiere devono coordinarsi

3. *Wolfgang Reisigl, Maico,*espositore: "Per noi Klimainfisso è stata un'esperienza positiva. E' valsa la pena di parteciparvi. Molte le visite di serramentisti e falegnami ma al 90% si trattava di nostri clienti. Come operatore di settore non posso fare a meno di constatare che ci sono state nello stesso periodo due fiere del serramento rivolte al serramentista. Inoltre constato che a Bologna è prevalso il mondo della finestra in pvc, a Bolzano una parte del mondo delle finestre in legno e a Milano prevarrà, pare, il mondo dell'alluminio. Credo che gli enti fieristici debbano compiere uno sforzo per coordinarsi tra di loro. Ci vuole buon senso e ragionevolezza, come è successo in Germania". Dove, aggiungiamo noi, tra le tante fiere dell'edilizia è prevalso il Bau di Monaco e dove, tra le fiere del serramento, ha primeggiato il Fensterbau di Norimberga. Bau e Fensterbau si alternano tra di loro di anno in anno.

Affluenza qualificata

4. *Christine Müller e Francesca Righetti* di *Glas Müller Vetri*, già al secondo giorno di fiera, dichiarano all'unisono: "Molti i contatti, interessanti e qualificati. Dobbiamo ammettere che, nonostante l'affollamento fieristico di inizio anno tra Bau di Monaco e Klimahouse di Bolzano, qui l'affluenza c'è stata!"

La dimensione giusta

5. Lo afferma a proposito di Klimainfisso *Claudio Lorenzin di Pellini Screenline* che prosegue: "I visitatori di Klimainfisso? Abbiamo visto tanti falegnami , gente che conosce molto bene i prodotti. Soprattutto operatori iperspecializzati del giro dell'Agenzia CasaClima che cercano il prodotto particolare, superefficiente, provenienti non solo dall'Alto Adige ma anche da Bergamo, Brescia e quindi Verona, Vicenza, Padova, Trevigiano. Ma qui abbiamo visto non solo prodotti da edilizia avanzata ma anche attrezzature più semplici come i saliscale per serramenti che in Italia non si vedono altrove. A mio avviso, la dimensione di questa fiera è quella giusta che non stanca i visitatori, che se la vedono tutta e si possono concentrare su quello che interessa. A Bologna, dove eravamo pure presenti solo una settimana prima, abbiamo visto qualcosa di simile ma orientato al pvc. Certo lì abbiamo notato molto più pubblico che a Bolzano ma l'impressione è che ci sia stata molta dispersività. Là siamo stati visitati diciamo da 50 operatori qui da 20 (i numeri non sono quelli veri, ndr) ma quei 20 di Bolzano sono quelli giusti. Personalmente preferisco Klimainfisso: è più specializzata, magari si lavora meno ma si ha più soddisfazione".

Convegni ben organizzati

6. *Ing. Astrid Schartmüller, Agenzia CasaClima*: " Klimainfisso è proprio una bella fiera, molto tecnologica. E' un successo. Vedo tanta gente attorno. E poi, ogni tanto è carino trovarsi in un ambiente contenuto, quasi intimo. Ho apprezzato molto i convegni tutti di elevato profilo e ben organizzati".

"Abbiamo lavorato sempre"

7. Non ha dubbi il *Dott. Paolo Ambrosi di PosaClima*, qui ritratto sulla scena: "Noi come PosaClima abbiamo lavorato sempre. A testimonianza che un'epoca è terminata ed è iniziata una nuova era. E' finita l'epoca delle finestre di una volta e c'è spazio solo per quelle ad elevata efficienza energetica posate a regola d'arte. Oggi il cliente è re. L'80% delle finestre va al privato e il privato è informatissimo. E i serramentisti che hanno capito il cambiamento si stanno dando da fare per rispondere alla domanda che è cambiata".

Ottimo esordio

8. *Guido Giuseppin, IASP*: "Ottimo esordio per un evento derivante da una tradizione tecnico-culturale consolidata, affermatasi grazie a standards qualitativi elevati. Organizzato e gestito in maniera giovane e dinamica, rappresenta una vetrina ideale per innovazioni importanti: il nuovo che diventa punto di riferimento specifico."

Fiera ricca e stimolante per un pubblico di nicchia

9. *Francesco Giovine*, architetto e consulente di facciate e involucro, visitatore:" Intenzione della fiera è stata quella di promuovere le nuove ten-

denze del mercato, anche se probabilmente la prima edizione paga lo scotto di cadere subito dopo Klimahouse, oltre al fatto che esclude tra i visitatori i progettisti e gli utenti finali (imprese, privati, utilizzatori finali, ecc.). Un pubblico di nicchia ma ciò nonostante i risultati in prospettiva devono essere interpretati in senso positivo. Assai interessante, ricca di contenuti oltre che stimolante, è stata l'offerta delle conferenze e workshop che hanno animato la fiera ed offerto un quadro completo in termini legislativi e tecnologici dello stato dell'arte del settore, con relatori di primo livello. Klimainfisso ha i presupposti per diventare il punto di riferimento per la filiera in Italia. La fiera palesa infatti come il settore presenti un forte sviluppo tecnologico per quelli che oggi, più che semplici infissi, sempre di più assomigliano a vere e proprie macchine dai contenuti elevatissimi in termini di innovazione".

"Evento di alto profilo"

10. *L'ing. Sergio Botta*, fondatore dello *Studio Botta & Associati*, lo studio di consulenza tecnica più noto nel campo della serramentistica, rileva a conclusione della "tre giorni" di Bolzano: "Si è trattato di un evento dai numeri contenuti ma di alto profilo sia per le novità presentate dagli espositori che per il livello dei relatori. Nei corridoi di Klimainfisso si è avvertita chiaramente l'influenza di un Nord e Centro Europa certamente più evoluto e attento all'innovazione. Ritengo che sia opportuno esserci o quantomeno visitare la prossima edizione"

Idea buona, periodo sbagliato

11. *Paolo Ferro, Alfasolare*: "L'idea dietro questa fiera è buona e interessante.. a mio parere. Il periodo è sbagliato perché troppo vicino a Saie3 e Bau (troppe fiere!!)..forse anche Bolzano non è perfetta come sede."

Soddisfazione su Twitter

12. *Mauro Marinello di Marinello Tende* scrive su twitter: "Sono soddisfatto, complimenti agli organizzatori. Klimainfisso? Si può parlare di vero e proprio coraggio, perché la manifestazione rischiava di essere compromessa dalla concorrenza di altri enti fieristici, un vizio tutto italiano. Fortunatamente, così non è stato. Lasciamo quindi da parte il confronto numerico, inappropriato per un mercato in profondo mutamento che sta cercando nuovi parametri di misura. Ciò che è importante è la strategia. E' decidere cosa fai. E' questo che a noi piace, è quello che abbiamo fatto per costruire un dialogo forte con i visitatori, portando in fiera un prodotto dedicato dalla nostra gamma di prodotti di tende tecniche. Malgrado gli indicatori nel settore dell'edilizia non siano confortanti, abbiamo percepito voglia di crescere in cultura e professionalità da parte dei serramentisti. Cura del dettaglio al massimo livello, integrazione, certificazioni e sistemi di posa sono temi in continuo divenire che oggi fanno la differenza. La strategia è chiara: formazione continua. Ogni dialogo, ogni persona, ci ha dato conferma che la strada è quella giusta. E' questo che serve al mercato, in particolare ai due mondi in avvicinamento: la protezione solare e l'infisso. Strategia!"

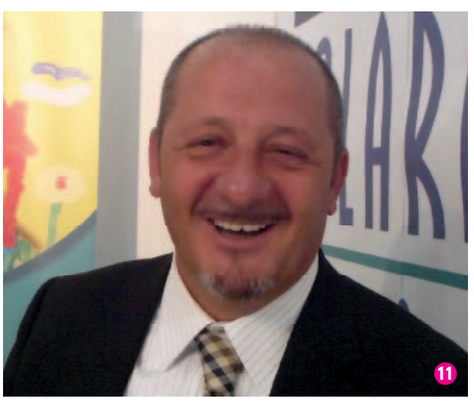
Più visitatori

13. *Mirko Zanato*, qui indicando il futuro nell'e-commerce, e *Viviana Surian*, *Colfertexpo*: "Abbiamo avuto una continuità di visite allo stand. Onestamente ci aspettavamo più visitatori. Quelli che sono giunti però erano qualificati. Con sorpresa siamo stati visitati anche da serramentisti di Puglia e Sicilia. Pochi ma qualificati e interessati al nostro portale di e-commerce".

Dalla fiera ai preventivi

14. *Giuliano Visintin, Mixall*: "Ottima la nostra valutazione del Salone. C'è stato sempre un buon afflusso di visitatori, interessati alle tante novità che

10


11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

abbiamo proposto e che abbiamo ben promosso nei mesi scorsi, in vista anche della fiera. La qualità dei visitatori è stata evidente. Ricordo in modo particolare un progettista locale che, visto il nostro scuretto a taglio termico, ci ha chiesto immediatamente le isoterme. Qui, se non rispondi prontamente e in maniera documentata, sei perduto. Fin dal lunedì successivo abbiamo ricevuto numerose richieste di preventivi. E poi, numerose richieste di scuretti in alluminio a taglio termico soprattutto da parte delle falegnamerie".
Aggiunge Gianni Nigris, numero uno dell'azienda friulana: "Abbiamo rafforzato il legame con i clienti in essere e aperto nuove relazioni con clienti esperti e competenti, clienti da casa passiva, che cercano il telaio invisibile e la martellina senza rosetta, lo scuretto a taglio termico.., Siamo più che soddisfatti"
Nella foto 14, incorniciati dal nuovo scuro a taglio termico Bluedark: da sinistra, Gianni Nigris, Alessandro Sbarretti, Giuliano Visintin, Enzo Nigris.

Fiera di nicchia

15. *Geppino Russo, Russo Alluminio srl*, gammista e rivenditore Original Systems Sapa: "Per una prima edizione di una fiera di nicchia e solo per addetti ai lavori per noi è andata abbastanza bene. Ci vorrebbero più espositori che attirano i visitatori. Ci sono stati contatti positivi con operatori del nord interessati ai nostri sistemi. Temevo di venir al nord e invece i nostri prodotti hanno ben figurato. Temevo anche di trovare tanto pvc e invece con sorpresa ho visto tanto legno e parecchio alluminio. Potrebbe essere il segno che il settore si sia stufato dell'infisso in pvc, soprattutto a causa di tanto import dall'est. Bene i convegni di Kliaminfisso. A mio avviso la fiera andrebbe allargata in qualche modo ai clienti finali che sono i decisori per quanto riguarda i prodotti ad elevata efficienza energetica".

Bene la presenza dei falegnami

16. *Antonio Monaco, Topp (qui nella foto lo stand)*: "Klimainfisso è stato scelta da noi per iniziare a 'disseminare' un nuovo prodotto, V1, un automatismo per porte per interni. Quindi, a noi interessava entrare in contatto con i falegnami e ci siamo riusciti. Non è stato tempo sprecato".

Saie3 vs. Klimainfisso

17. *Alberto Amorini*, responsabile marketing *Mungo*: "Siamo stati espositori a Bologna e a Bolzano. Il rapporto di visite al nostro stand è stato largamente favorevole a Saie3".

Formula da rivedere

18. *Samuele Broglio* qui ritratto con il fratello Ermanno accanto a un superbo serramento in legno stile barocco piemontese esposto presso *Mungo*: "Mi aspettavo qualcosa di più da Klimainfisso. E' una formula da rivedere".

Fiere a misura di uomo

19. Il rivenditore di porte e finestre *Bruno Renso* e il collaboratore *Marco Pizzi* sulle fiere all'unisono: "Made Expo induce soggezione a noi piccoli operatori del settore, un po' 'provincialotti'. Saie3 è stata interesssante e ha visto una buona affluenza, forse anche per il periodo di basso lavoro. Qui a Klimainfisso ho trovato tante 'cosine' che altrove non trovi: prodotti ma anche esperimenti come il blower door test. E poi, tanta cortesia e disponibilità da parte dei gestori degli stand che non trovi in genere nelle fiere normali".

Che le fiere si accordino tra di loro

20. Lo dice a chiare lettere il *geom. Marco Fabbri* dell'azienda fiorentina pluricentenaria "*Fabbri Antonio & Figli*": "Qui a Klimainfisso abbiamo registrato una buona affluenza il sabato e una discreta il venerdì. Giovedì no. Per me è importante che le fiere si mettano d'accordo sulle date. Vediamo le cose con gli occhi del visitatore: come minimo un'uscita costa mediamente 400-500 euro. Di più se c'è una notte in albergo più la mancata produttività. Le fiere sono un investimento importante per espositori e visitatori. Gli organizzatori delle fiere dovrebbero rispettare di più i visitatori e le loro esigenze per l'appunto mettendosi d'accordo".

Un pubblico qualitativo

21. *Il dott. Herbert Kristler*, amministratore delegato di *Hella*: "La fiera Klimainfisso di Bolzano è stata visitata da un pubblico qualitativo, evoluto ed interessato all'innovazione, alla funzionalità, alla qualità e alla sostenibilità delle proposte. Un pubblico che è in target con l'obiettivo, la vision e la mission del marchio Hella."