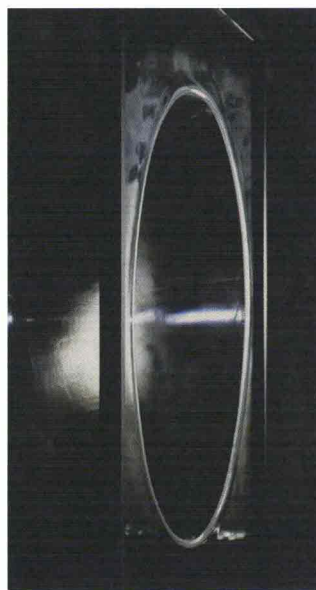


di informazioni e di prodotti. Nel pomeriggio **Davide Barbato**, esperto di innovazione di prodotto, e **Paolo Vallicelli**, specialista di comunicazione e marketing hanno parlato di come offrire alla committenza prodotti intelligenti, predisposti ad essere integrati nel sistema smart-house ed efficaci rispetto alla protezione dal rumore e ai tentativi di intrusione (bisogno prioritario di chi si accinge ad acquistare serramenti), e di come trasformare un semplice contatto in un cliente, chiudendo positivamente la trattativa. L'esperto di E-commerce e Web Business **Tiziano Pazzini** ha poi concluso la sessione formativa con un interessante intervento sulle modalità di reperimento di nuovi contatti grazie ai media digitali. Gli esperti si sono resi disponibili per tutta la giornata ad incontri personalizzati gratuiti con tutti gli imprenditori interessati a sottoporre loro problematiche e quesiti relativi alla propria realtà aziendale. Durante la giornata i partecipanti hanno potuto inoltre assistere a dimostrazioni live dedicate ai vari aspetti della posa in opera: l'isolamento acustico, l'isolamento termico e la sostituzione di serramenti esistenti, a cura di aziende leader come **Würth, Berner e Mungo**. Molte le aziende leader di settore presenti con i loro spazi espositivi. Una ottima occasione, soprattutto per le aziende locali, per far toccare con mano i propri prodotti ed avere una interazione diretta con tanti nuovi potenziali clienti.

AGC al Milano Design Week: elogio alla tecnologia "Oltre i limiti fisici del vetro"

Fin dove la tecnologia può spingersi nella modellazione dei materiali? Fino al loro limite di rottura secondo "Emergence of Form", l'installazione con cui AGC, leader mondiale nella produzione di vetro e materiali high-tech, ha partecipato alla Milano Design Week presso Ventura Centrale in via Ferrante Aporti. Ideato dall'artista **Keita Suzuki** per l'azienda nipponica, "Emergence of Form" è, senza dubbio, un elogio alla tecnologia. Certamente, è stata tra le più suggestive proposte della location. Evocava la bellezza della natura in costante movimento ma è stato simbolo di quanto è possibile fare curvando il vetro fino a quasi a raggiungere il suo punto di rottura. La modellazione del vetro viene, generalmente, eseguita a una temperatura pari o superiore a 500 gradi centigradi applicando una pressione con l'utilizzo di aria o gas, attraverso mezzi meccanici o tramite modellazione a soffiaggio per raffreddare per far solidificare il vetro mentre viene formato. Nell'installazione il vetro sembrava sottomettersi, anche faticosamente, alla tecnologia e, grazie a un'innovativa tecnica di modellazione, continuava a curvarsi in una sequenza di forme sempre più curve fino a diventare una bolla. Qui la tecnologia si è dovuta fermare. Le tecnologie di modellazione tridimensionale delle superfici curve per i materiali in vetro di AGC trovano applicazione in diversi campi: di-



spositivi elettronici, utensili da cucina, automotive e in architettura, dove «Usiamo queste tecniche, ad esempio, per la realizzazione di coperture e/o di qualsiasi altro elemento di design customizzato di tutte le forme. Ma curvature come quelle dell'installazione sono le più difficili da ottenere» ha affermato **Akio Suguro**, Manager, Business Creation Group, Business Development Division.

Mercato Spagna, notizie incoraggianti da Caseltaly per le imprese della filiera

Soddisfatte le imprese italiane del settore che dal 14 al 17 maggio hanno partecipato a *Construmat* attraverso *Caseitaly*, un format innovativo per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane dei componenti tecnici per l'involucro edilizio promosso da **Acmi, Anfit, Assites e Pile** federate in **Finco** con il decisivo supporto del **Ministero dello Sviluppo economico** e di **Ice**. Stando a quanto riportato,

a Barcellona, le aziende italiane non solo hanno avuto modo di approfondire le opportunità che offre il mercato spagnolo delle costruzioni, ma *Caseitaly* ha dato loro modo di farsi conoscere. L'obiettivo è stato quello di porre l'attenzione sul know how del nostro Paese, capace di soddisfare le esigenze di un mercato internazionale che chiede edifici residenziali, commerciali ed industriali confortevoli, sicuri, accessibili, tecnologici ed ecosostenibili. Le aziende italiane privilegiano infatti soluzioni tecniche ispirate alle esigenze di riduzione dei consumi, manutenibilità, durabilità, sicurezza e facilità d'uso. Ognuna delle società partecipanti ha avuto l'opportunità di valorizzare il potenziale esperienziale dei propri prodotti-servizi, un importante "touchpoint", uno scambio di valore fra azienda e clienti prospect. Grazie a *Caseitaly* sono stati organizzati incontri tra i singoli operatori e le aziende. Installatori qualificati, rivenditori, grossisti ed importatori, architetti, progettisti e ingegneri hanno avuto modo di toccare con mano l'eccellenza del Made in Italy. Una grande affluenza di professionisti interessati all'artigianalità e alla qualità del prodotto italiano, il perfetto connubio tra innovazione e tradizione. L'International Tour di *Caseitaly* per promuovere le aziende all'estero è partito nel 2018 con la R+T di Stoccarda per poi proseguire con la *FENSTERBAU* di Norimberga, la *SIB* di Casablanca e *Budma* a Poznan. Dopo *Construmat*, la prossima tappa è *BATIMAT* a Parigi dal 4 all'8 novembre 2019.