

# IL NUOVO PROGETTO DI CO-BRANDING

Thewindowmotive è il nuovo progetto di co-branding per finestre e complementi che cerca di andare oltre il serramento proponendo un nuovo concetto formale

Beatrice Cavalcante





Franco Tenzon, Uniform



Giorgio Marchesi, Architetto

Martedì 5 Aprile, lo showroom milanese Understate ha ospitato la presentazione di un interessante progetto di co-branding, "Thewindowmotive", presentato da Uniform, azienda di sistemi per serramenti, ideatrice di questa proposta davvero innovativa nel nostro settore.

#### L'EVENTO

"La finestra in movimento", da questo concetto nasce Thewindowmotive, il nuovo progetto di co-branding ideato da Uniform, che vuole unire l'evoluzione costante dei prodotti e delle soluzioni grazie a tecnologia e qualità nei processi produttivi. Particolare valore viene dato alla trasformazione del concetto stesso di serramento da mero elemento tecnico a sistema che contribuisce a definire uno stile e l'integrazione virtuosa grazie alla sinergia con altri importanti players del mercato che compongono il sistema finestra. Alla presentazione hanno partecipato le aziende Colombo design rappresentata da Josè Colombo, Palagina con Marco Camisotti e TreP+ alla presenza di Luca Santambrogio, che hanno deciso di aderire a questa collaborazione con i loro prodotti di qualità e con grande entusiasmo. Il progetto è stato presentato dall'architetto e art director Uniform, Giorgio Marchesi, che ha unito le sue idee alle intuizioni di Franco Tenzon (fondatore di Uniform) per dare vita a una nuova strategia di collaborazione tra aziende che vede la finestra come vera protagonista della casa in generale e della parete in particolare.

"Sono molto entusiasta di tutto questo. Si creano le condizioni per far scaturire nuove idee che possono contaminare un po' quello che è il mondo del serramento, che in questo momento vedo molto statico. Una collaborazione come Thewindowmotive che vede al centro aziende leader di settore è sicuramente una grande possibilità e un grande passo verso il futuro" afferma





Josè Colombo, Colombo Design



Marco Camisotti, Palagina



Franco Tenzon. La proposta è quindi quella di animare la parete domestica facendo coesistere in maniera armonica i suoi elementi principali in una sorta di pacchetto pronto all'uso ideato a monte e nello stesso tempo realizzabile in infinite declinazioni a seconda del gusto del cliente e dell'estro dell'architetto. Uniform pone al centro del progetto il sistema magis40 a cui viene abbinata una serie di maniglie firmate Colombo che possono essere tono su tono o in netto contrasto, viene inserita poi la tenda oscurante K-Zip di Palagina e la finestra viene integrata

con la boiserie Continuum firmata Citterio di TreP+. Una proposta completa che può essere modulata in base ai differenti gusti, che si potrà sviluppare ulteriormente con l'integrazione di altri prodotti che potranno differenziare o ampliare l'offerta. Thewindowmotive è un nuovo modo innovativo e coinvolgente di proporre la finestra dandole una nuova concezione estetica, concedendo un ruolo chiave anche a complementi spesso trascurati o poco considerati, rendendo viva e punto focale della casa la parete che comunque continuerà a garantire alte performance tecnologiche grazie ai prodotti di alta qualità.

## LAVISION

Una vision chiara, nitida e condivisa, un percorso coerente e continuo, articolato attraverso steps successivi ben definiti, un payoff che rappresenta al meglio obiettivi e ideali di un'azienda che si vuole porre come punto di riferimento assoluto nel settore dei serramenti. "Siamo molto soddisfatti di questa iniziativa. Sicuramente il prossimo passo è quello di trovare il giusto modo per presentare al mercato il pacchetto completo proposto, quindi non presentare più al progettista degli elementi separati che possono dialogare insieme, ma proporre la veste completa del progetto" spiega José Colombo. Thewindowmotive riassume al meglio la strategia sviluppata da Uniform per i prossimi anni, testimonia la volontà dell'azienda di fare sistema seguendo i principi cardine dell'innovazione, della qualità tecnologica e dell'espressione estetica ricercata. Un obiettivo che nasce dalla consapevolezza di quanto fatto fino a oggi, dalla qualità dei propri prodotti e processi, dalla continua attività di ricerca per migliorare le proprie soluzioni. Ma Thewindowmotive è anche un nuovo modo di pensare e interpretare il serramento, non più come elemento a sé stante ma come parte integrante dell'interno e dell'esterno della casa, in costante dialogo con i volumi e con gli elementi architettonici che li compongono.

# magis40

Produced with:  
**uni\_one**  
TECHNOLOGY



**uniform**  
thewindowmotive®

[uniform.it](http://uniform.it)



Luca Santambrogio, TREP+

“È importante presentare il concetto di finestra in una maniera completamente diversa. Non è più un classico serramento ma un prodotto che si lega al mondo dell'arredo” racconta Marco Camisotti di Palagina.

## IL CO-BRANDING

Per questo motivo Uniform ha avviato collaborazioni con aziende importanti nel panorama italiano, sinergiche rispetto al mondo finestra, per dare valore a ogni aspetto del serramento e per alimentare la qualità a livello globale, sia che si tratti di estetica, di prestazioni, di integrazione con il mondo dell'arredo fino al più piccolo, spesso nascosto, dettaglio. “La collaborazione tra aziende è fondamentale come la volontà di creare delle nuove sinergie. È importante che ognuno sviluppi all'interno delle sue idee, che successivamente vengono confrontate e unite a quelle di altre aziende, scaturendo delle soluzioni d'insieme come Thewindowmotive” dichiara Luca Santambrogio. Aziende diverse per tipologia di sistemi progettati ma accomunate da valori fondanti che sono anche nel DNA di Uniform. A partire dalla sostenibilità, dall'attenzione all'ambiente e all'uso responsabile delle risorse che per l'azienda si traduce nella realizzazione di sistemi performanti indispensabili per l'efficientamento energetico degli edifici con lo scopo di concorrere alla riduzione delle emissioni, di salvaguardare l'ambiente e contemporaneamente di assicurare maggior comfort e benessere per le persone. Sostenibilità che è il filo conduttore anche dei processi produttivi che, all'insegna dell'eccellenza, vengono condotti direttamente all'interno dell'azienda. “La prima domanda che mi sono fatto quando ho iniziato a lavorare in questo settore è perché le aziende che si inseriscono in un unico prodotto non comunicano tra loro.

Per me questo è davvero paradossale - spiega Giorgio Marchesi e prosegue - “se affronti il mercato da solo è difficile trovare



ascolto, soprattutto nella nicchia dei professionisti. Al contrario, se trovi produttori che possono arricchire la tua proposta commerciale con studi, abbinamenti, provocazioni e sinergie si possono avere delle grandi risposte positive. L'obiettivo è sicuramente quello di far crescere ancora di più questo contenitore di co-branding”.

## THEWINDOWMOTIVE

Thewindowmotive sintetizza al meglio anche la flessibilità e la capacità progettuale di Uniform, che sviluppa in azienda ogni fase della realizzazione del sistema per la finestra, dalla concezione dell'idea alla creazione del progetto, dalla scelta del materiale al più piccolo particolare, dalle prime fasi produttive fino alla realizzazione di architetture ambiziose. La competenza nel supportare committenti e progettisti nella scelta dell'involucro trasparente degli edifici va oltre gli aspetti prestazionali e funzionali. Materiali e finiture vengono selezionate con attenzione anche intercettando le principali tendenze riscontrate in altri settori, per dar vita ad accostamenti cromatici raffinati, a soluzioni coordinate che possano essere inserite in contesti diversi per andare oltre alle mode, evocare un principio di eternità, di desiderio, di estetica. Ma Thewindowmotive va ben oltre il prodotto, supera i confini e il perimetro della finestra per estendersi al sistema serramento nel suo complesso, a tutti gli attori che ne fanno parte a diverso titolo.

È un concetto che vuole permeare la visione di tutti, dalle aziende produttrici ai progettisti, dai serramentisti ai clienti finali, ciascuno per il proprio ruolo. È un payoff che riassume in un unico termine l'ambizione di Uniform di essere motore di un'evoluzione del settore, di diventare un player che coordina, prevede e orienta il mercato del serramento nel suo complesso sia per quanto concerne l'innovazione tecnologica sia per l'espressione estetica.

# GRANDE SUCCESSO

YED 2022: oltre 4.600 i visitatori che si sono recati alla Fiera Vicenza dal 5 al 7 maggio per scoprire le novità nel mondo del serramento proposte dalle oltre 100 aziende espositrici

A cura della redazione



Chiude la decima edizione di YED, nata inizialmente come ColfertExpo e nel 2019 trasformata nell'attuale denominazione, che quest'anno si è svolta per la prima volta a Vicenza. Tanta è stata la voglia degli addetti ai lavori di tornare a rivedersi in presenza, a sorridere, a confrontarsi, a pensare a progetti e azioni per il futuro e, nonostante le paure e le limitazioni legate alla pandemia e al particolare momento che sta vivendo di mercato, sono stati registrati numeri da record sia come visitatori sia come espositori. YED in Fiera a Vicenza si è dimostrata, dunque, come un'opportunità importante di confronto per tutti gli operatori che si muovono intorno al settore del serramento ed è risultata essere anche un momento di formazione professionale e di networking focalizzato sulle dinamiche del settore.

## IL TAGLIO DEL NASTRO

Presenti alla cerimonia inaugurale, accanto al Presidente e Amministratore Delegato Mirco Zanato, l'Assessore Regionale allo Sviluppo Economico Roberto Marcato, il Presidente della Camera di Commercio di Vicenza Giorgio Xoccatto, il Presidente della Fiera di Vicenza Lorenzo Cagnoni, il Presidente provinciale della categoria serramentisti di Confindustria Vicenza Giancarlo Gili, l'Assessore del Comune di Mogliano Veneto Enrico Maria Pavan e il Consigliere del Comune di Mogliano Veneto Roberto Zanardo.

Il taglio del nastro ha dato il via a un'edizione ricca di novità: la nuova location, il padiglione I di Fiera Vicenza, il solo nome YED, senza la presenza della storica denominazione ColfertExpo e l'impatto scenografico dell'area espositiva.



## UNA GRANDE CRESCITA

Nata nel 2003 da una idea della Famiglia Zanato, fondatrice di Colfert S.p.A., ColfertExpo rappresenta da 19 anni un evento di riferimento per i serramentisti, proponendo le novità di prodotto della filiera del serramento grazie a una rosa di oltre 110 marchi proveniente non solo dall'Italia. La fiera, giunta quest'anno alla sua decima edizione si è confermata essere una importante occasione di incontro tra i produttori di ferramenta e accessori da un lato e i serramentisti, gli showroom, gli installatori, i progettisti e gli architetti dall'altro. YED ha raccolto il testimone da ColfertExpo e ha l'obiettivo di diventare la Fiera di riferimento in Italia per tutta la filiera del serramento. La scelta di Vicenza è stata pensata proprio per supportare questo obiettivo poiché il capoluogo berico è facilmente raggiungibile da tutto il nord e centro Italia ed è ottimamente servita dalle principali arterie autostradali, come anche da treni e aerei. La volontà di allargare i confini è stata premiata dalla presenza di oltre 4.600 visitatori provenienti da 18 regioni italiane, a cui si aggiunge anche una nutrita presenza di visitatori proveniente dall'estero. Gli espositori hanno visto nella fiera un momento di scambio d'informazioni importante con i reali interlocutori della filiera del serramento, vale a dire montatori, commercianti e produttori di serramenti in genere e altissimo è stato l'interesse dei visitatori verso le innovazioni proposte dalle aziende.

## YED AWARD

Grande successo ha avuto, anche quest'anno, lo YED Award, il prestigioso premio nato dalla collaborazione con la redazione di Nuova Finestra e Showroom Porte&Finestre, che vuole conferire un riconoscimento all'innovazione di prodotto, all'impegno aziendale e al coinvolgimento del personale durante la fiera. Oltre 80 sono state le candidature, tra le quali sono stati scelti i vincitori, dopo un intenso lavoro di selezione e analisi da parte di una giuria qualificata composta dal professor e industrial designer Claudio Papa, Cristina Giobbi, interior e titolare di due showroom, Antonio Abbiati, ingegnere esperto di marcatura CE e prodotti resistenti al fuoco e Guido Alberti consulente ed esperto di marketing, coordinati da Olga Munini responsabile editoriale di Nuova Finestra.

Premiati tre prodotti per la categoria Ferramenta e Accessori, due per la categoria Macchine e Strumenti, un premio rispettivamente a Prodotto Finito, Profili e Componenti, Miglior Stand e Miglior Team.

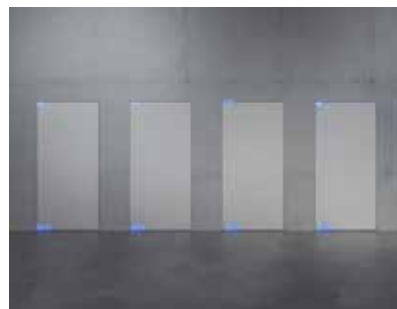
Sono state conferite anche tre menzioni speciali per l'Innovazione, per la Sostenibilità e per l'Applicazione progettuale. YED si conferma un'edizione da record e continua a ritagliarsi uno spazio sempre più importante nel mondo del serramento italiano. L'appuntamento con YED sarà nel 2024, riprendendo la tradizionale cadenza biennale e con il consueto carico di novità.

## I VINCITORI DELLO YED AWARD

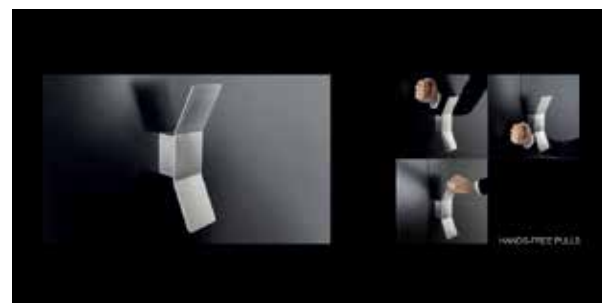
### FERRAMENTA E ACCESSORI



CCE - Idromini Wood



FRITSJURGENS - Cerniera T40 T70



PBA - Hands Free

### MACCHINE E STRUMENTI



FESTOOL - TKS80



USAG - Giravite elettrico 324 XP



## PRODOTTO FINITO



PINTO - AriaLuce

## PROFILI E COMPONENTI



UNIFORM - magis40

## MENZIONE ALL'INNOVAZIONE



HECO - TOPIX - plus

## MENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ



MASTER - Ween Hide

## MENZIONE ALL'APPLICAZIONE PROGETTUALE



DFV - Skin

## MIGLIOR TEAM



FAPIM

## MIGLIOR STAND



HOPPE