

dierre mag

Dierre Magazine N°3 - Settembre 2023

Nuova D180: sicura, innovativa, smart

La blindata che libera
i tuoi orizzonti

Case history di successo

Next Elettra protagonista
delle residenze City Life a Milano



Dierre Magazine N. 03 - Settembre 2023
la nuova porta blindata D180: sicura, innovativa, smart.

Project Leader: **Laura De Robertis e Emanuela Carluccio**

Editorial Director: **Claudia Saracco**

Design: **Armando Testa S.p.A.**

Fotografie: **Alessandro Lercara, Shutterstock**

Fotolito e pre stampa: **Arti Grafiche Parini**

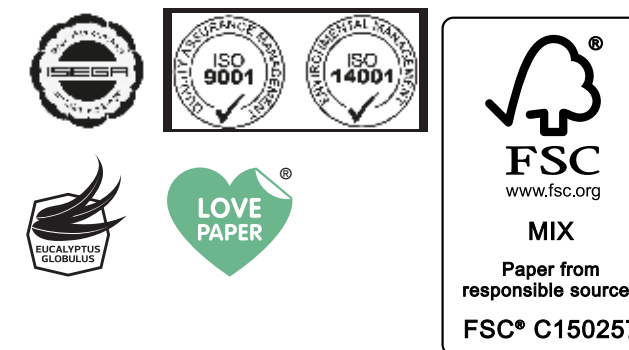
Stampa: **Arti Grafiche Parini**

Render: **Superresolution srl**

Dierre S.p.A.: Strada Statale, per Chieri, 66/15,
14019 Villanova d'Asti AT
www.dierre.com

L'ambientazione ed il contesto estetico in cui le immagini delle porte sono state inserite sono puramente suggestivi, si rimanda ai rispettivi cataloghi.

The setting and aesthetic context the images have been inserted in are merely inspiring. Please see related catalogues.



Carta naturale realizzata con cellulosa di eucalipto, prodotta impiegando fibre vergini certificate FSC. Il suo intero ciclo di vita ha un ridotto impatto ambientale, così come certificato dal marchio Ecolabel. Inoltre la foresta di provenienza è un importante deposito di carbonio che permette di contribuire alla riduzione delle emissioni di gas serra nell'atmosfera.

Natural paper made with eucalyptus cellulose, produced using FSC certified virgin fibers. Its entire life cycle has a reduced environmental impact, as certified by the Ecolabel. In addition, the forest of origin is an important carbon deposit that allows to contribute to the reduction of greenhouse gas emissions in the atmosphere.

#indice

4

#Home

Home Sweet Home

Dal Salone del Mobile di Milano uno sguardo verso i nuovi stili di vita e le sfide che ci attendono nel prossimo futuro

Home Sweet Home

From the Milan Salone del Mobile a glimpse into the new lifestyles and challenges facing us in the near future

10

Progettare dal basso

Dierre è tra i sostenitori di Bottom Up!, il festival che coinvolge cittadini e associazioni nei processi di trasformazione urbana

Bottom Up Design

Dierre is among the supporters of Bottom Up!, the festival engaging citizens and associations in urban transformation processes

12

#Project

Viaggio nel quartiere più esclusivo d'Italia

Al centro della riqualificazione urbanistica più grande d'Europa, negli spazi dell'ex Fiera Campionaria di Milano, sorge il complesso residenziale City Life. Che porta anche la firma Dierre

Journey through Italy's most exclusive district

At the centre of Europe's largest urban redevelopment, in the spaces of the former Fiera Campionaria in Milan, stands the City Life residential complex. Also bearing the Dierre signature

20

#Inspire

Verso una nuova esperienza di acquisto

Superato il concetto di showroom, i nuovi concept store Dierre si fanno ambasciatori dei valori del brand. Un avamposto dove scoprire la qualità dei prodotti a 360 gradi

Towards a new shopping experience

Going beyond the showroom notion, the new Dierre concept stores become flagship stores for the brand's values. An outpost where the quality of products can be discovered at 360 degrees

30

#Innovation

Verso nuovi orizzonti

Sicura, innovativa, smart: D180 è la nuova blindata Dierre complanare al telaio, con cerniera a scomparsa, apertura a 180 gradi e doppia battuta

A step towards new perspectives

Secure, innovative, smart: D180 is the new Dierre security door coplanar to the frame, with concealed hinge, 180-degree opening and double door stop.

42

#People

Il servizio al centro

Alla scoperta del Technical service Dierre, una realtà in costante divenire proiettata verso una organizzazione 3.0

Service at the centre

Discovering Dierre Technical Service, a constantly evolving concern projected towards a 3.0 organisation

52

#Product

Lovly, la porta aperta sul futuro

Pensata per un pubblico giovane e attento ai nuovi trend, la nuova nata di casa Dierre sfoggia dieci finiture e quindici diverse maniglie per adattarsi a ogni stile

Lovly, the door open to the future

Designed for a young, trend-conscious public, Dierre's new addition boasts ten finishes and fifteen different handles to suit every style

56

#Suggest

Il libro ispirazione: "Emotional design. Perché amiamo (o odiamo) gli oggetti della vita quotidiana", Donald A. Norman

The inspirational book: 'Emotional design. Why we love (or hate) everyday things', Donald A. Norman

#editoriale

Sotto il segno del design.

Under the sign of design.

Tutto è design, non solo gli arredi che scegliamo per le nostre case ma anche ogni oggetto che entra in contatto con noi vogliamo che sia bello, ricercato, prezioso. Di più: vogliamo che contribuisca a farci stare bene, accompagnando la nostra vita con la giusta dose di funzionalità e, possibilmente, al termine del suo scopo, lasciando la minor impronta possibile sul Pianeta. Le persone sono diventate sensibili alle cose fatte bene esteticamente ma, soprattutto, progettate bene. Per questo, ne sono sicuro, il futuro sarà sempre più all'insegna di oggetti rispettosi dell'ambiente e attivi nel contribuire al nostro benessere quotidiano. Ce ne siamo resi conto visitando l'ultimo Salone del Mobile che ha mostrato ancora una volta tutta l'importanza di una buona progettazione.

Non ci sorprende: da sempre il design fa parte del nostro Dna e sfogliando questo numero ve ne renderete conto. Lo troverete nei progetti che portano la nostra firma, come le nuove residenze City Life a Milano, ma anche nella ridefinizione del nostro ufficio tecnico - per restare in tema, un redesign - che ci consentirà di aumentare ulteriormente il nostro livello di efficienza su tutta la filiera produttiva, fino alle nuove nate di casa Dierre: la porta Lovly destinata a un pubblico giovane e attento alle tendenze, e le blindate D180 e Sleek Out, vere chiusure di design, caratterizzate da cerniere a scomparsa e complanarità alla parete, aperte sul futuro in tutti i sensi.

Nasciamo costruttori e uno dei nostri vanti è la capacità di produrre ogni singola componente internamente, dai pannelli delle blindate fino all'ultimo ingranaggio delle nostre serrature. Di più: abbiamo la consapevolezza di farlo bene - lo testimonia la nostra storia e quella di chi ci ha scelti come partner e come fornitore - e l'ambizione di farlo sempre meglio. Oggi, domani, sempre. All'insegna del design.

Design is everything, not only the furniture we choose for our homes but any object we come into contact with wants to be beautiful, refined, precious. More than that: we want it to contribute to making us feel good, complementing our lives with the right amount of functionality while possibly fulfilling its purpose, whilst leaving the smallest impression possible on the Planet. People have become sensitive to things that are aesthetically well made but, above all, well designed. This is why, I am sure, the future will increasingly be marked by objects that are environmentally friendly and active in contributing to our daily well-being. This was made clear when we visited the latest Salone del Mobile, which once again showed the importance of good design.

We are not surprised: design has always been part of our DNA, and flipping through this issue you will realise that. You will find it in the projects that bear our signature, such as the new City Life residences in Milan, but also in the newly redefined technical office - a redesign, to keep with the theme - which will allow us to further increase efficiency throughout the entire production chain, up to the new Dierre products: the Lovly door for a young, trend-conscious public, and the D180 and Sleek Out security doors, true design doors, featuring concealed hinges and being flush with the wall, open to the future in every sense.

We were born manufacturers and one of our prides is our ability to manufacture every single component in-house, from the panels of our security doors to the last cog in our locks. What's more: we are aware that we do it well - as our history and that of those who have chosen us as their partner and supplier testify - and we have the ambition to do it better and better. Today, tomorrow, always. In the name of design.

V. de Robertis



Home Sweet Home

Dal Salone del Mobile di Milano uno sguardo verso i nuovi stili di vita e le sfide che ci attendono nel prossimo futuro

From the Milan Furniture Exhibition (Salone Internazionale del Mobile) a glimpse into new lifestyles and the challenges ahead in the near future

Il Salone internazionale del Mobile di Milano è una grande vetrina sull'abitare contemporaneo che ogni anno raccoglie, nel corso di una intensa settimana, le novità provenienti da tutto il mondo.

The Salone Internazionale del Mobile in Milan is a great showcase of contemporary living which every year brings together, in an intense week, the latest innovations from all over the world.

Un'occasione di confronto e di scambio per un intero settore ma soprattutto, a ben guardare, una sorta di bussola in grado di indicare le tendenze e dirci qualcosa di più su come abiteremo in futuro. Lungi dall'essere una kermesse per soli addetti ai lavori, quello che passa attraverso Salone e la sua declinazione più social e inclusiva, il Fuorisalone, ci riguarda da vicino perché il design interagisce ormai con ogni aspetto della nostra vita e, in ultima analisi, ha a che fare con il nostro benessere molto più di quanto immaginiamo.

An opportunity for comparison and exchange for an entire sector but most importantly, on closer inspection, a sort of compass able to indicate trends and tell us more about how we will live in the future. Far from being an exhibition for insiders only, what passes through the Salone is its more social and inclusive declination, the Fuorisalone, which concerns us closely because design now interacts with each and every aspect of our lives and, ultimately, has much more to do with our well-being than we imagine.

Quali sfide ci attendono in questo scenario sempre più digitale e connesso? Dall'ultima design week abbiamo raccolto una serie di suggestioni che ci hanno aperto una visione sul prossimo futuro.

What challenges await us in this increasingly digital and connected scenario? From the last design week we gathered a number of suggestions that opened up a vision of the near future.

Sostenibilità a tutto tondo

All-round sustainability

Il Salone del Mobile ha ribadito ancora una volta che il mondo del design punta con convinzione sul green, con azioni concrete e misurabili: dalla scelta dei materiali alle tecniche di produzione fino al packaging, è evidente l'impegno sempre maggiore dei brand verso un'economia circolare, l'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili e la conversione di tutta la filiera produttiva in chiave di efficienza energetica.

The Salone del Mobile has once again confirmed that the world of design is firmly focused on green, with concrete and tangible actions: from the choice of materials to production techniques and packaging, the brands' increasing commitment to a circular economy, the use of recycled and recyclable materials and the conversion of the entire production chain to energy efficiency is evident.

Una delle tendenze senza dubbi più interessanti riguarda gli arredi riparabili, espandibili, modulari: i concetti di long life e second life (riuso intelligente degli oggetti una volta concluso lo scopo per cui sono stati prodotti) sono oggi basilari tanto quanto l'usabilità e l'estetica.

Unquestionably one of the most interesting trends concerns repairable, expandable, modular furniture: the concepts of long life and second life (intelligent reuse of objects once the purpose for which they were produced is over) are as basic today as usability and aesthetics.

#home

Design sempre più democratico

Sempre più brand si stanno orientando verso capsule collection in collaborazione con designer famosi, con l'obiettivo di proporre arredi di qualità, funzionali ed esteticamente piacevoli a un prezzo accessibile.

Un approccio etico e responsabile che guarda al futuro ma che in realtà si rifà alla lezione dei grandi maestri del passato e al fine ultimo del design: migliorare la qualità della vita delle persone.

Meno digital, più real

Uno dei concetti più evocati di questa edizione è stata la disconnessione. Secondo recenti studi, le persone sono alla ricerca di attività manuali, autentiche, per contrastare il (troppo) tempo trascorso davanti a uno schermo. «La fatica digitale è reale - conferma Lisa White, direttrice creativa della società di analisi britannica Wgsn. Riceviamo tanto dai social media e dal digitale ma a volte dobbiamo fare una pausa. I marchi tecnologici stanno iniziando a produrre dispositivi ambientali che aiutano a ridurre lo stress, assumendo determinati compiti in modo autonomo e fornendo notifiche più delicate». In una recente analisi condotta da Wgsn in Canada, Francia, Italia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti, il 47% degli intervistati ha dichiarato di cercare tempi di inattività da dispositivi connessi a causa della fatica digitale.

Increasingly democratic design

More and more brands are turning to capsule collections in collaboration with famous designers, aiming to offer quality, functional and aesthetically pleasing furniture at an affordable price. An ethical and responsible approach that looks to the future but actually draws on the lessons of the great masters of the past and the ultimate aim of design: to improve people's quality of life.

Less digital, more real

Unplugging was one of the most evoked concepts of this edition. According to recent studies, people are looking for manual, authentic activities to counteract the (too) much time spent in front of a screen. 'Digital fatigue is real,' confirms Lisa White, creative director of UK analyst firm Wgsn. We get so much from social media and digital but sometimes we have to take a break. Technology brands are starting to produce environmental devices that help reduce stress by taking on certain tasks autonomously and providing more gentle notifications'. According to a recent analysis conducted by Wgsn in Canada, France, Italy, Germany, the United Kingdom and the United States, 47% of respondents said they seek downtime from connected devices due to digital fatigue.



Colore colore colore

Dopo anni di sobrietà cromatica, la casa del futuro si proietta verso il colore e l'ottimismo: in linea con il concetto giapponese di "momijigari", che celebra tutto ciò che è autunnale e accogliente, le sfumature calde portano una ventata di novità e freschezza agli ambienti, ispirando sentimenti di positività e gioia.

Una ricerca di Taskrabbit conferma un interesse degli intervistati per le tonalità calde come la terracotta e l'arancione bruciato: il 38% degli intervistati ha dichiarato di voler introdurre questi colori sulle proprie pareti di casa nel corso del 2023.

Tondo è meglio

Numerose ricerche concordano nell'affermare che il cervello umano è predisposto ad associare la rotondità alla felicità e al relax: si può spiegare così il gran ritorno di arredi dalle forme morbide e avvolgenti che donano dinamismo e fluidità agli ambienti. Poltrone e divani curvilinei, tavoli con angoli smussati, tessuti trapuntati e letti dalla testata accogliente come un abbraccio invitano al relax, abbattendo ogni barriera fisica e spigolosità. Una tendenza che in parte evoca il design vintage degli anni Cinquanta, riletto in chiave contemporanea.

Colour colour

In line with the Japanese concept of "momijigari", which celebrates all that is autumnal and cosy, warm shades bring a breath of freshness and newness to rooms, inspiring feelings of positivity and joy after years of colour restraint.

Research by Taskrabbit confirms an interest among respondents in warm shades such as terracotta and burnt orange: 38% of respondents said they would introduce these colours on their home walls during 2023.

Round is better

A number of researches agree that the human brain is prone to associate roundness with happiness and relaxation. This may explain the great comeback of furniture with soft, enveloping shapes that give dynamism and fluidity to rooms. Curved armchairs and sofas, tables with rounded corners, quilted fabrics and beds with headboards as cosy as an embrace invite relaxation, breaking down all physical barriers and angularity. A trend that partly evokes the vintage design of the 1950s, reinterpreted in a contemporary key.

Vetri e specchi

Tra i trend in ascesa ci sono le texture riflettenti. Complici gli spazi sempre più ridotti e il desiderio di ambienti luminosi, il Salone del Mobile ha celebrato il ritorno in grande stile delle superfici specchianti - in vetro extralight oppure proposte in finitura sabbata, cannettata, anticata - in abbinamento ad arredi e complementi di colore chiaro. Un inno potente alla luce in tutte le sue forme.

Metalli superstar

Tra i materiali più visti c'è anche il metallo, soprattutto in finitura brunita. In questa particolare declinazione, il metallo rompe gli schemi di arredo precedenti e apporta personalità agli ambienti grazie a un cambio di intensità cromatica molto incisivo. Al Salone diversi brand hanno presentato la loro interpretazione sottoforma non solo di arredi - tavolini, sedie, tavoli - ma anche di intere pareti decorative ed eleganti séparé.

Connessi alla natura

La pandemia e i mesi di confinamento ci hanno fatto scoprire l'amore per il verde, soprattutto tra i più giovani. Il crescente interesse per il gardening è destinato ad aumentare diventando parte delle nostre abitudini quotidiane. Che sia una parete di verde verticale in un interno o un piccolo orto sul terrazzo da accudire, sembra proprio che la cura delle piante ci terrà compagnia ancora per molto tempo. E sempre legato a questo trend "green" continua la liaison con il legno, soprattutto in finitura e texture naturali, per una immersione nella natura non solo visiva ma anche tattile.

Glass and mirrors

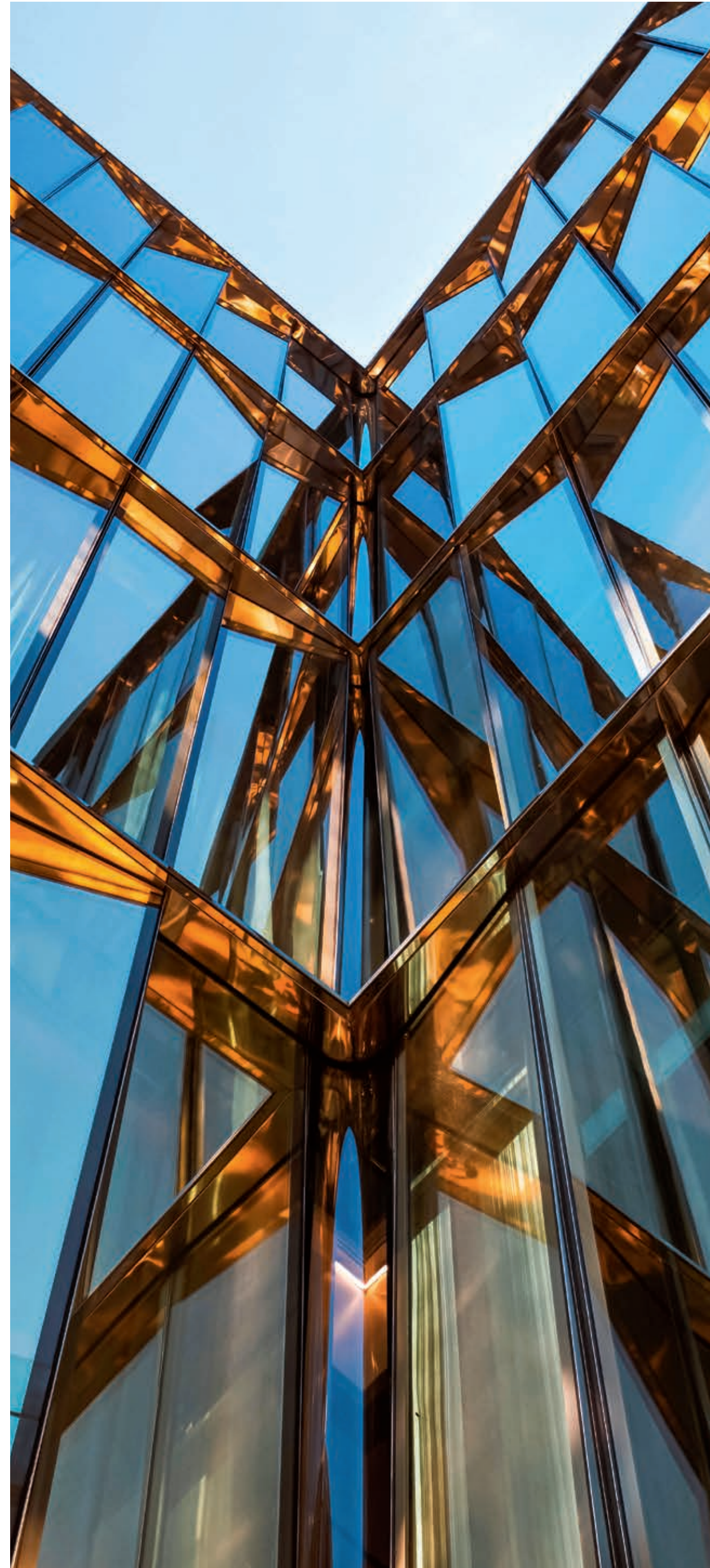
Among the rising trends are reflective textures. Due to the increasingly reduced spaces and the demand for bright environments, the Salone del Mobile celebrated the return in style of mirrored surfaces - in extralight glass or proposed in sandblasted, etched or antique finishes - in combination with light-coloured furnishings and accessories. A powerful celebration of light in all its forms.

Superstar metals

Among the most popular materials is metal, especially in a burnished finish. Metal in this particular declination breaks previous furnishing schemes and brings personality to rooms thanks to a striking change of colour intensity. At the Salone, several brands presented their interpretation in the form not only of furnishings - coffee tables, chairs, tables - but also of entire decorative walls and elegant partitions.

Linked to nature

The pandemic and the month-long lockdown have made us discover a love of green, especially among the younger generation. The growing interest in gardening is set to increase as it becomes part of our daily routines. Whether it is a vertical green wall in an interior or a small vegetable garden on the terrace to look after, it seems that plant care will keep us company for a long time to come. And still linked to this "green" trend continues the liaison with wood, especially in natural finishes and textures, for more than just a visual but also a tactile immersion in nature.



Ultradécor con il naso all'insù

Instagram e Pinterest, i social network più legati alle immagini e all'estetica, stanno influenzando le scelte d'arredo dei più giovani che online cercano spunti e ispirazioni. Tra le tendenze dell'ultimo anno, una riguarda i soffitti, sempre più protagonisti di restyling creativi. Che si tratti di dipingere le travi con un colore a contrasto, di rivestirla con carta da parati o illuminarla a effetto, la cosiddetta quinta parete è destinata a uscire dall'anonimato e a ricevere la stessa attenzione che, per anni, è stata dedicata alle superfici verticali.

Il potere del profumo

Candele e profumatori d'ambiente sono entrati stabilmente nelle nostre case e la tendenza non è sfuggita al marketing che ha coniato anche un termine, scentscaping, per definire il potere delle fragranze nel creare emozioni e sensazioni legate a un luogo o a una esperienza. D'altronde il profumo è in grado di connettersi con le emozioni profonde e restare impresso nella memoria molto più a lungo delle immagini. In futuro, il marketing olfattivo avrà sempre maggiore importanza per influenzare le decisioni di acquisto delle persone.

Nose-up ultradécor

Both Instagram and Pinterest, the social networks most closely linked to images and aesthetics, are influencing the furnishing choices of younger people who are looking for hints and inspiration online. One of last year's trends concerns ceilings, which are increasingly the focus of creative restyling. Whether it's painting the beams in a contrasting colour, covering it with wallpaper or lighting it up to achieve an effect, the so-called fifth wall is bound to escape from anonymity and receive the same attention that has been devoted to vertical surfaces for years.

Fragrance power

Candles and room fragrances have settled into our homes and the trend is no secret to marketing, which has even coined a term, scentscaping, to define the power of fragrances in creating emotions and sensations linked to a place or an experience. Scent, after all, is able to connect with deep emotions and remain imprinted in the memory much longer than images. Olfactory marketing will become increasingly important in the future to influence people's purchasing decisions.

#home

Progettare dal basso

Dierre è tra i sostenitori di Bottom Up!

Il festival che coinvolge direttamente cittadini e associazioni nei processi di trasformazione urbana. Un modello virtuoso di ascolto dei bisogni dei luoghi e di chi li abita.

La città è tutti i suoi abitanti. Potrebbe essere questo il sottotitolo di Bottom Up, un esperimento di progettazione dal basso nato nel 2019 su impulso della Fondazione per l'architettura di Torino e dell'Ordine degli architetti, con il contributo della Fondazione Compagnia di San Paolo, della Consulta per la valorizzazione beni artistici e culturali di Torino e di un pool di sponsor, tra cui Diierre. Obiettivo: coinvolgere i cittadini in azioni di trasformazione urbana, fianco a fianco con i progettisti. Partito da Torino, il festival sta allargando i suoi orizzonti a tutta la regione e alla Valle d'Aosta. «La seconda edizione ha permesso alla Fondazione di portare la manifestazione oltre i confini della città, in linea con le strategie del nuovo Cda e in sinergia con la Federazione Interregionale degli Ordini degli Architetti del Piemonte e della Valle D'Aosta» spiega Gabriella Gedda, presidente della Fondazione per l'architettura/Torino.

Alla call to action hanno risposto i presidi civici vincitori del bando "Space. Spazi di partecipazione al Centro", indetto da Fondazione Compagnia di San Paolo e una ventina di altre realtà, tra Circoli Arci e Case del Quartiere a Torino. Da questo bacino sono stati selezionati sette progetti, ammessi alla fase finale di crowdfunding: un percorso di scienza applicata nelle Valli di Lanzo, destinato a persone affette da disabilità lieve; un percorso ludico nel centro giovanile Cartiera a Torino; ai Murazzi del Po, Fiumedentro, un sistema modulare composto da pedane, quinte e vele che ispira una pluralità di usi; un salotto urbano in piazza D'Alleo a Moncalieri, in provincia di Torino, con poltrone in calcestruzzo color magenta; il giardino del nuovo Spazio Hydro di Biella; il nuovo assetto urbano di via Baltea, a Torino; l'esterno della stazione di Ivrea trasformato in uno spazio accogliente dove aspettare il treno e l'autobus.

Un secondo bando ha individuato gli architetti da affiancare ai progetti selezionati dalla call dei Centri e, dopo una fase di formazione, progettisti e cittadini hanno lavorato fianco a fianco.

«Tutti gli obiettivi della prima edizione hanno raggiunto il budget stimato e sono stati completati. La seconda edizione è ancora in corso ma un ottimo risultato è già stato raggiunto: quasi 2 mila donatori» spiega Eleonora Gerbotto, direttore Fondazione per l'architettura di Torino. «L'idea di andare avanti nel lavoro di mappatura e supporto delle comunità e gruppi organizzati attivi sul territorio - spiegano Stefano Mirti e Maurizio Cilli, curatori del festival - è molto stimolante, così come ricercare le reciprocità che uniscono indissolubilmente una comunità ad un luogo». «Il tempo sarà testimone dei progetti realizzati - conclude Maria Cristina Milanese, Presidente dell'Ordine degli Architetti di Torino - in risposta ai desideri delle comunità coinvolte».

Designing from the bottom-up

Dierre is among the supporters of Bottom Up!

Dierre is among the supporters of Bottom Up!, the festival that directly involves citizens and associations in urban transformation processes. A virtuous model of listening to the needs of places and their inhabitants.

The city is all its inhabitants. This could be the subtitle of Bottom Up!, a bottom-up design experiment launched in 2019 at the instigation of the Foundation for Architecture of Turin and the Order of Architects, with the contribution of the Compagnia di San Paolo Foundation, the Council for the Enhancement of the Artistic and Cultural Heritage of Turin and a pool of sponsors, including Diierre. Objective: involving citizens in urban transformation actions, side by side with designers. The festival, which started in Turin, is now expanding its horizons to the entire region and Valle d'Aosta. "The second edition allowed the Foundation to take the event beyond the city's borders, consistent with the strategies of the new board of directors and in synergy with the Interregional Federation of the Orders of Architects of Piedmont and the Valle D'Aosta," explains Gabriella Gedda, president of the Foundation for Architecture/Torino.

Responding to the call to action were the winning civic centres of the call for proposals "Space. Participation spaces at the centre", launched by the Compagnia di San Paolo Foundation and twenty other organisations, including Circoli Arci and Case del Quartiere in Turin. Seven projects were selected from this pool and admitted to the final crowdfunding phase: a path of applied science in the Lanzo Valleys, intended for people with mild disabilities; a play path in the Cartiera youth centre in Turin; at the Murazzi del Po, Fiumedentro, a modular system composed of platforms, wings and sails that inspires a plurality of uses an urban living room in Piazza D'Alleo in Moncalieri, in the province of Turin, with magenta-coloured concrete armchairs; the garden of the new Spazio Hydro in Biella; the new urban layout of Via Baltea, in Turin; the exterior of Ivrea station transformed into a welcoming space where people can wait for trains and buses.

A second call identified architects to work alongside the projects selected from the Centres' call and, after a training phase, designers and citizens worked side by side.

"All the objectives of the first edition have reached the estimated budget and have been fulfilled. The second edition is still in progress but an excellent result has already been achieved: almost 2,000 donors," explains Eleonora Gerbotto, director of the Foundation for Architecture in Turin. "The idea of going ahead with the work of mapping and supporting the communities and organised groups active in the area," explain Stefano Mirti and Maurizio Cilli, organisers of the festival, "is very stimulating, as is the search for mutualities that inseparably unite a community with a place. "Time will bear witness to the projects carried out," concludes Maria Cristina Milanese, President of the Order of Architects of Turin, "in response to the wishes of the communities involved".



“

Niente è veramente nostro finché non lo condividiamo.

Nothing is really ours until we share it.

Clive S. Lewis

#project

CityLife SHOPPING DISTRICT

Viaggio nel quartiere più esclusivo d'Italia

Al centro della riqualificazione urbanistica più grande d'Europa, negli spazi dell'ex Fiera Campionaria di Milano, sorge il complesso residenziale City Life. Che porta anche la firma Dierre

A journey through Italy's most exclusive district

At the centre of Europe's largest urban redevelopment, in the spaces of the former Fiera Campionaria in Milan, stands the City Life residential complex. Which also features the Dierre brand

#project

Tre torri che hanno cambiato lo skyline di Milano, un centro commerciale, un parco pubblico di 170 mila metri quadrati, un polo museale e abitazioni di lusso progettate da architetti internazionali: tutto questo è City Life, il nuovo quartiere dell'upper class milanese nato sugli spazi della vecchia Fiera Campionaria.

Se i tre grattacieli - ribattezzati il Dritto, lo Storto e il Curvo - sono i simboli più evidenti del progetto di riqualificazione urbanistica del quartiere con la regia di Generali Italia, le residenze progettate da Daniel Libeskind e Zaha Hadid rappresentano il futuro dell'abitare contemporaneo.

Certificati in classe energetica A e A+, gli appartamenti sono dotati di soluzioni domotiche all'avanguardia, sistemi di videosorveglianza avanzata e aree destinate allo sport e al benessere. In tutto 640 abitazioni che coniugano comfort e spirito green. Perché la sostenibilità è uno dei capisaldi del progetto, a cominciare dall'efficienza energetica garantita dalla combinazione tra pannelli fotovoltaici ed energia geotermica. L'attenzione per l'ambiente si riflette anche nella scelta di non permettere la circolazione di auto all'interno del comprensorio, limitandola a percorsi sotterranei che conducono direttamente alle abitazioni.

Le prime a essere completate sono state le residenze firmate dallo studio Hadid, un complesso di sette edifici alti tra i cinque e i tredici piani, caratterizzati dal movimento curvilineo di balconi e terrazze affacciati sul parco circostante e sulla città. Le residenze Libeskind, in tutto otto edifici, cinque dei quali già ultimati, sono invece raccolte intorno a una corte aperta - un omaggio dell'architetto polacco ai tipici cortili milanesi - e presentano una facciata con tagli asimmetrici, scandita da frangisole in legno che donano agli edifici un'immagine scultorea. Alla sommità, ciascuna palazzina ospita attici bilivello con giardini pensili e grandi superfici vetrate che prolungano gli ambienti verso i terrazzi coperti.

Con l'estate le ultime tre palazzine saranno ultimate. Con un tocco di Made in Italy. Dierre ha fornito alle residenze Libeskind II i portoncini d'ingresso Next Elettra, i portoni garage Freebox e le porte tagliafuoco New Idra nei locali tecnici. «Tutti i prodotti - spiega l'ingegner Federico Rizzo, responsabile del cantiere City Life per l'impresa Gilardi - sono stati customizzati per uniformarsi al progetto d'insieme: i portoncini d'ingresso con un pannello esterno in linea con le parti comuni, i portoni garage con un'elegante pannellatura dogata che riveste anche i pilastri del corsello».

«Ogni singolo volume, interno ed esterno, è stato realizzato su misura per garantire unicità e massima personalizzazione» - conferma Andrea Mariotti, project manager e responsabile post vendita di City Life. «Anche la scelta dei fornitori è stata strategica, aggiunge Mariotti. Un'azienda come Dierre, che produce ogni singola componente internamente, ci assicura costantemente un livello di efficienza e un tempismo che altre realtà non possono vantare».

Milan's skyline has been changed by three towers, a shopping centre, a 170,000 square metre public park, a museum centre and luxury homes designed by international architects: all this is City Life, the new Milanese upper class district built on the spaces of the former Fiera Campionaria.

While the three skyscrapers - renamed the Straight, the Crooked and the Curved - are the most obvious symbols of the district's urban redevelopment project directed by Generali Italia, the residences designed by Daniel Libeskind and Zaha Hadid represent the future of contemporary living.

Energy class A and A+ certified, the flats are equipped with state-of-the-art home automation solutions, advanced video surveillance systems and areas for sports and wellness. Altogether 640 housing units combining comfort and environmental friendliness. Since sustainability is one of the cornerstones of the project, starting with the energy efficiency guaranteed by the combination of photovoltaic panels and geothermal energy. Care for the environment is also reflected in the decision not to allow cars to circulate inside the complex, restricting them to underground routes leading directly to the homes.

Hadid's residences were the first to be completed, a complex of seven buildings between five and thirteen storeys high, characterised by the curvilinear movement of balconies and terraces overlooking the surrounding park and the city. The Libeskind residences, eight buildings in all, five of which have already been completed, are instead grouped around an open courtyard - a tribute by the Polish architect to the typical Milanese courtyards - featuring a façade with asymmetrical cutouts, broken up by wooden sunshades that give the buildings a sculptural image. At the top, each building houses two-level penthouses with roof gardens and large glass surfaces that extend the rooms towards covered terraces.

With the summer, the last three buildings will be completed. With a touch of Made in Italy. Dierre supplied the Libeskind II residences with Next Elettra entrance doors, Freebox garage doors and New Idra fire doors in the technical rooms.

"All the products," comments engineer Federico Rizzo, City Life site manager for the Gilardi company, "have been customised to conform to the overall design: the entrance doors with an external panel in line with common parts, the garage doors with an elegant slatted paneling that is also used on the pillars of the driveway." "Each individual volume, both inside and out, was tailor-made to guarantee uniqueness and the utmost customisation," confirms Andrea Mariotti, City Life's project manager and after-sales manager. "The choice of suppliers was also strategic," adds Mariotti. "A company like Dierre, which produces every single component in-house, constantly assures us a level of efficiency and timing that other companies cannot achieve."





La nuova divisione Dierre General Contract.

Dal 2020 Dierre ha una nuova divisione che si occupa della cantieristica: l'ufficio Dierre General Contract segue i progetti dal preventivo alla posa e comprende anche un servizio di consulenza di supporto agli architetti. Massimo Piacenza segue il mondo Blindato, Tagliafuoco in acciaio e portoni da garage, mentre Federico Blanco si occupa di alberghi e porte interne.

The new Dierre General Contract division.

Since 2020 Dierre has had a new division to take care of building sites: the Dierre General Contract office follows projects from quotation to installation and also includes a consulting service to support architects. Massimo Piacenza follows the world of security doors, steel fire doors and garage doors while Federico Blanco deals with hotels and interior doors.



Progettata per unire design e tecnologia, Next Elettra è una chiusura all'avanguardia, un vero e proprio hub della sicurezza domestica, in grado di integrare nel tempo sempre nuove funzioni. Come la connessione della serratura al wi-fi di casa - per avere sullo smartphone informazioni in tempo reale sullo stato della porta - o l'antifurto incorporato per segnalare i tentativi effrazione.

The Next Elettra door combines design and technology. It is a cutting-edge product, a true hub of home security, capable of integrating new functions over time. Such as the connection of the lock to the home's wi-fi - for real-time information on the status of the door on your smartphone - or the built-in burglar alarm to report break-in attempts.

City Life, il quartiere del futuro

CityLife è al centro del progetto di riqualificazione urbanistica più grande d'Europa.

Il quartiere comprende un perimetro che va dagli eleganti edifici di fine Ottocento affacciati su Piazza Giulio Cesare, con la Fontana delle Quattro Stagioni restaurata nel 2014 e la palazzina Liberty di piazza Sei Febbraio, fino ai nuovi spazi espositivi del Portello. Alle architetture storiche e ai tre grattacieli che svettano imponenti, si affianca CityLife Shopping District, un centro commerciale con circa ottanta negozi, venti ristoranti, un supermercato e sette sale cinematografiche. Il tutto attorniato da un parco pubblico equivalente alla superficie di 30 campi da calcio, all'interno del quale tra vialetti e piste ciclabili, è possibile vedere 20 opere permanenti di artisti internazionali e emergenti.

L'ultimo tassello sarà CityWave, un edificio direzionale di nuova generazione che segnerà il completamento di CityLife. Alla base del progetto vi è un'idea di sostenibilità che superi lo stesso concetto di impatto zero, andando a determinare addirittura un impatto positivo sull'ambiente. Oltre alla questione energetica, infatti, la struttura sarà dotata anche di un sistema di raccolta e riuso delle acque piovane e altre soluzioni decisamente green, come l'uso termico delle acque di falda che permette di risparmiare tonnellate di CO2.

City Life the district of the future

CityLife is at the centre of Europe's largest urban redevelopment project.

The district encompasses a perimeter ranging from the elegant late 19th-century buildings overlooking Piazza Giulio Cesare, with the Fountain of the Four Seasons restored in 2014 and the Art Nouveau building in Piazza Sei Febbraio, to the new Portello exhibition spaces. Alongside the historic architecture and the three towering skyscrapers is CityLife Shopping District, a shopping centre with some eighty shops, twenty restaurants, a supermarket and seven cinemas. All this is surrounded by a public park corresponding to the surface area of 30 football pitches, within which, among pathways and cycle tracks, it is possible to see 20 permanent works by international and emerging artists.

The last piece will be CityWave, a new generation office building that will mark the completion of CityLife. Underlying the project is an idea of sustainability that goes beyond the very concept of zero impact, and will even have a positive impact on the environment. Over and above the energy issue, in fact, the building will also be equipped with a rainwater collection and reuse system and other distinctly green solutions, such as the thermal use of groundwater that saves tons of CO2.

#project



#inspire

Verso una nuova esperienza di acquisto

A new purchasing approach ahead

Superato il concetto di showroom, i nuovi concept store Dierre si fanno ambasciatori dei valori del brand. Un avamposto dove scoprire la qualità dei prodotti a 360 gradi.

Going beyond the showroom concept, the new Dierre concept stores turn into ambassadors of the brand's values. Providing an outpost where all-round product quality can be discovered.

Trasformare i negozi fisici in concept store di nuova generazione, seguendo una visione che ponga al centro l'esperienza di acquisto e racconti i valori del brand. Questo l'obiettivo che Dierre si è data nell'ultimo periodo, consapevole che gli showroom presenti sul territorio sono il primo biglietto da visita per qualsiasi azienda.

Il restyling dei punti vendita è curato da AADN, studio multidisciplinare specializzato in Exhibition design. «I nuovi concept store Dierre sono pensati e progettati per rafforzare e consolidare i valori del brand - spiega Samira Deab, architetto dello studio AADN - e aumentare la consapevolezza del prestigio di un marchio che vanta una lunga storia alle spalle ed è costantemente proiettato verso il futuro. Abbiamo sviluppato un progetto che potesse far apprendere i valori di questa azienda e far percepire ai consumatori la qualità del prodotto finito e di tutta la filiera». I fruitori dei Concept Store Dierre si trovano immersi in un ambiente rilassante e confortevole, premessa ideale per la creatività. Non a caso, il progetto ha come filo conduttore il concetto di designing together, ovvero la progettazione partecipata. Lo showroom diventa in questo senso un vero e proprio hub per la progettazione dove trovare una consulenza professionale di altissimo livello. «Il mood architettonico minimalista - continua Deab - mette in primo piano i prodotti e allo stesso tempo diventa una sorta di manifesto dei valori che da sempre caratterizzano Dierre: tecnologia e innovazione, eleganza e attenzione al dettaglio, attenzione al risparmio energetico e possibilità di creare soluzioni personalizzate

Transforming physical shops into new generation concept stores, pursuing a vision that places the purchasing experience at the centre and narrates the brand's values. This is the objective that Dierre has pursued in the most recent period, aware that showrooms in the territory are the first business card for any company.

AADN, a multidisciplinary studio specialising in exhibition design, is responsible for the restyling of the sales points. "The new Dierre concept stores are conceived and designed to strengthen and consolidate the brand values," explains Samira Deab, architect of the AADN studio, "and to increase awareness of the prestige of a brand that boasts a long history behind it and is constantly striving towards the future. We developed a project that could make people learn the values of this company and convey to consumers the quality of the finished product and the entire supply chain". A relaxing and comfortable environment, an ideal premise for creativity, is available to the users of Dierre Concept Stores. It is no coincidence that the project has as its leitmotif the concept of designing together, i.e. participatory design. In this sense, the showroom becomes a real hub for design where one can find professional consultancy of the highest level.

"The minimalist architectural mood," continues Deab, "puts the products in the foreground and at the same time becomes a sort of manifesto of the values that have always characterised Dierre: technology and innovation, elegance and attention to detail, attention to energy saving and the possibility of



#inspire

per ogni esigenza».

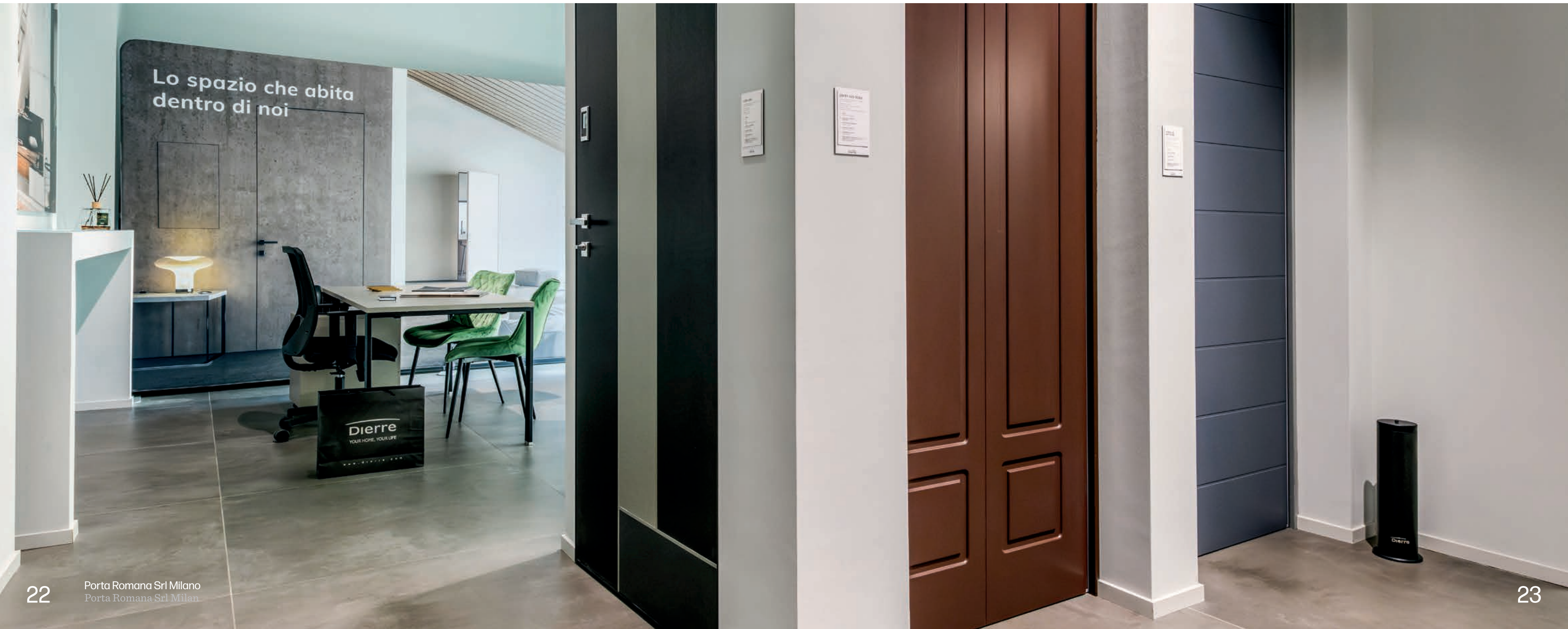
Il fulcro del progetto è il Marketing Lab, uno spazio progettato con il sistema modulare Dresswall che mostra i prodotti Dierre sotto una nuova luce, mettendo in primo piano la qualità dei materiali, le loro caratteristiche prestazionali e l'altissimo livello di customizzazione. Al centro del Marketing Lab spicca il tavolo, vero scrigno di una raccolta estesa di materiali, finiture, telai e rivestimenti.

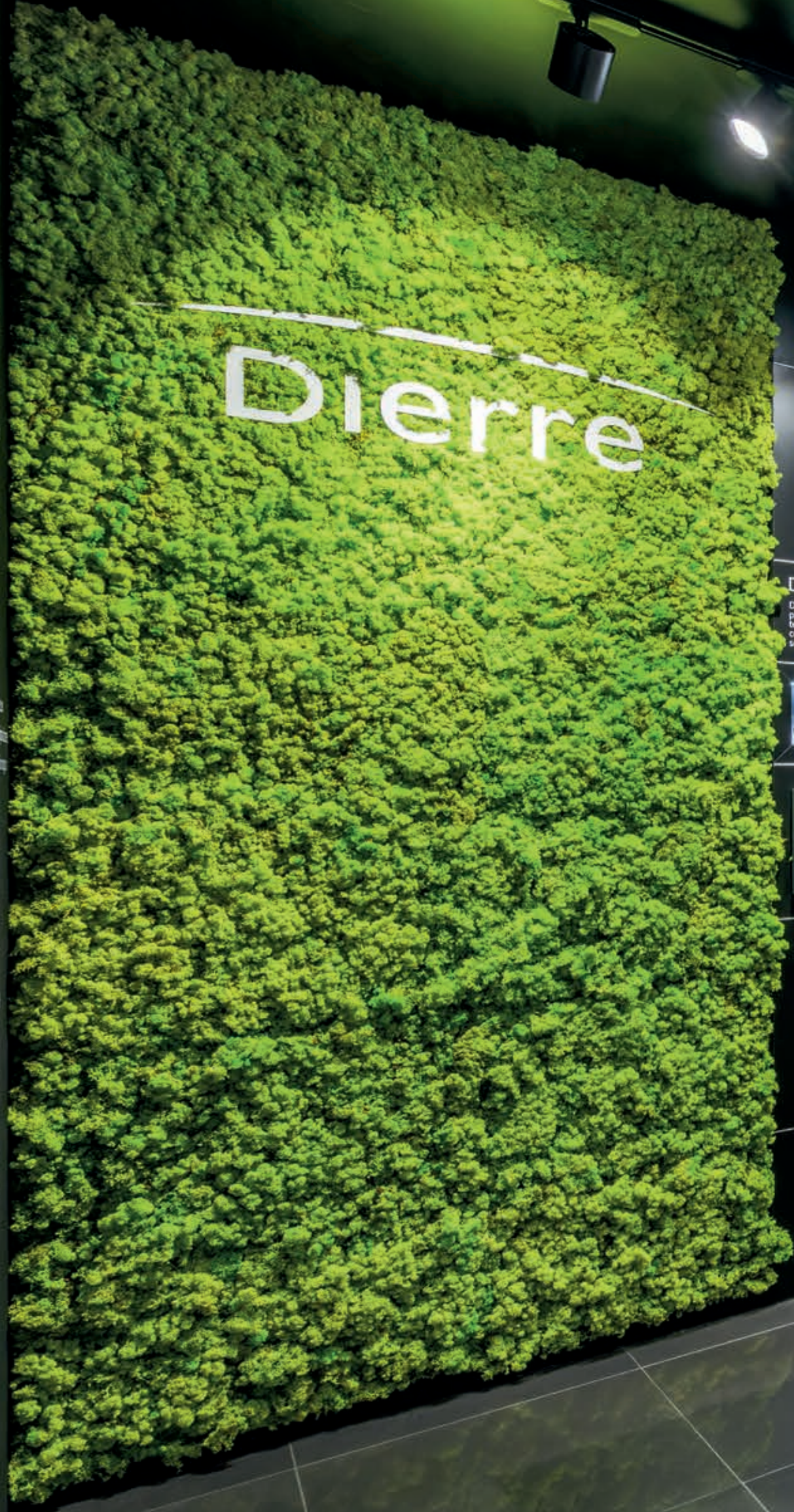
«I concept store Dierre - spiega Silvia Zoia di Dresswall - si basano sui concetti di modularità e componibilità che consentono di risolvere espositivamente e in modo versatile spazi con caratteristiche dimensionali e funzionali molto diverse, mantenendo inalterato il valore architettonico ed estetico del progetto». Il layout comune a tutti i punti vendita veicola una comune visione sul futuro: in tutti gli showroom è presente una parete di verde stabilizzato che rappresenta l'attenzione dell'azienda per l'efficiamento energetico e per l'ecosostenibilità e la fragranza Dierre, creata appositamente per i nuovi concept store.

creating customised solutions for every need”.

At the core of the project is the Marketing Lab, a space designed with the Dresswall modular system that shows Dierre products in a new light, highlighting the quality of the materials, their performance characteristics and the very high level of customisation. The table stands out at the centre of the Marketing Lab, a true treasure chest of an extensive collection of materials, finishes, frames and panelling.

“Dierre’s concept stores,” explains Silvia Zoia from Dresswall, “are based on the concepts of modularity and sectionality, which allow spaces with very different dimensional and functional characteristics to be displayed in a versatile manner, while maintaining the architectural and aesthetic value of the project”. All shops share a common layout that conveys a common vision of the future: in all showrooms there is a wall of stabilised green representing the company’s focus on energy efficiency and eco-sustainability and the Dierre fragrance, specifically created for the new concept stores.





Dierre

TECNOLOGIA, SICUREZZA
E DESIGN: TUTTO IN UNA CHIAVE

D-Up & New Power

- Meccanismo demontabile ANTI BUMPING
- Trappola anti manipolazione MECCANISMO BREVETTATO
- Polvere in scocca ALTA RESISTENZA
- Elementi in stile e blocco
- Protezione ANTI TRAPPING

Difenditi con Defender

D-Perdy è un defender di nuova generazione, progettato per proteggere lo serratura della tua porta liberata dai tentativi di spezzamento del cilindro e dalle aggressioni con molla e trapano. Il defender mette la sicura i punti sensibili della serratura e raddoppia la sicurezza della porta.



VESTI LA TUA PORTA

Maniglia Dierre Design



Maniglia Dolce e Amsterdams



VESTI LA TUA PORTA

Dierre

Dierre

Maniglioni

Manigliera Dierre Design



Manigliera Dallas e Amsterdam



Manigliera New Creta



Tondo

Ellex

Kuadro

Zehn

TECNOLOGIA, SICUREZZA E DESIGN: TUTTO IN UNA CHIAVE

D-Up & New Power

- Meccanismo desmodromico ANTI BUMPING
- Trappola anti manipolazione MECCANISMO BREVETTATO
- Prolunga in acciaio ALTA RESISTENZA
- Elementi mobili di blocco
- Protezione ANTI TRAPANO



Difenditi con Defender

D-Defender è un defender di nuova generazione, progettato per proteggere la serratura della tua porta blindata dai tentativi di spezzamento del cilindro e dalle aggressioni con molle e trapani. Il defender mette a sicuro i punti sensibili della serratura e raddoppia la sicurezza della porta.

D-Fendy PLUS

D-Fendy Garage



Serratura doppia mappa con trappola anti-manipolazione Lock Trap System



Serratura con cilindro New Power con sistema anti-bumping Lock Blocking System



Serratura con cilindro D-UP con sistema anti-bumping Lock Blocking System



Dierre

#inspire

D-One, la nuova fragranza firmata Dierre

L'olfatto rappresenta il senso che maggiormente incide sul nostro inconscio: recenti studi hanno dimostrato che a distanza di sei mesi ricordiamo il 25% delle immagini che abbiamo visto e l'82% dei profumi che abbiamo sentito. Ecco perché una fragranza è capace di trasportarci in posti lontani e riconnetterci a luoghi del cuore, facendoci sentire protetti.

E se è vero che le porte proteggono tutto ciò che amiamo, lasciando fuori la frenesia della quotidianità e riportando la serenità di casa, la stessa filosofia si ritrova anche nei nuovi showroom grazie a D-One, la profumazione messa a punto in esclusiva per Dierre da Yantari Scent per accogliere i clienti nel miglior modo possibile. Le note di testa, a base di arancia amara, pompelmo rosa e pepe di Sichuan esprimono il nostro spirito creativo e innovativo e allo stesso tempo donano all'ambiente un'aria rassicurante mentre le note di cuore - magnolia, gelsomino, lavanda e noce moscata - infondono relax e spensieratezza. Una iniezione di fiducia e armonia interiore in grado di farci sentire, ovunque nel mondo, come a casa.

D-One, the new fragrance by Dierre

The sense of smell is the sense that most affects our unconscious: recent studies have shown that after six months we remember 25% of the images we have seen and 82% of the scents we have smelt. This is why a fragrance is able to transport us to faraway places and reconnect us with places in our hearts, making us feel protected.

And if it is true that doors protect everything we love, leaving out the frenzy of everyday life and bringing back the serenity of home, the same approach can also be found in the new showrooms thanks to D-One, the fragrance developed exclusively for Dierre by Yantari Scent to welcome customers in the best possible way. The top notes of bitter orange, pink grapefruit and Sichuan pepper express our creative and innovative spirit and at the same time lend the ambience a reassuring air, while the heart notes - magnolia, jasmine, lavender and nutmeg - instil relaxation and carefreeness. A boost of confidence and inner harmony that can make us at home anywhere in the world.



#innovation

Verso nuovi orizzonti

A step towards new perspectives

Sicura, innovativa, smart: D180 è la nuova porta blindata Dierre filo telaio, con cerniera a scomparsa, apertura a 180 gradi e doppia battuta.

Secure, innovative, smart: D180 is the new Dierre security door flush with the frame, with concealed hinge, 180-degree opening and double door stop.

Ridurre gli spazi all'essenzialità per infondere calma, eliminare il superfluo per liberare la mente, creare ordine per vivere più serenamente. La ricerca di minimalismo è un'esigenza sempre più diffusa nei progetti di interior e guida le scelte d'arredo contemporanee. «La blindata D180 della nuova linea Compact segue esattamente questa filosofia - spiega Laura De Robertis, direttrice marketing Dierre. È una porta compatta, ricercata e sobria in ogni dettaglio, con un ottimo rapporto qualità prezzo: un prodotto alla portata di tutti, perfetta in ogni ambiente, dal più classico al più moderno».

Lessening spaces to the essential to instil calm, getting rid of the unnecessary to free the mind, bringing order to a more serene life. The quest for minimalism is an increasingly widespread need in interior design projects and guides contemporary furnishing choices. "The D180 security door of the new Compact line follows exactly this philosophy," says Laura De Robertis, Dierre marketing director. It is a compact door, sought after and sober in every detail, with an excellent quality/price ratio: a product within everyone's reach, perfect in every environment, from the most classic to the most modern".

Adatta a grandi complessi residenziali, rispetta gli standard di sicurezza più richiesti e assicura performance elevate sia in termini di trasmittanza termica, e quindi di risparmio energetico, che di abbattimento acustico.

Well suited to large residential complexes, it meets the most demanding safety standards and ensures high performance both in terms of thermal transmittance, and thus energy savings, and noise reduction.

«Ma la sua caratteristica distintiva - che si ritrova anche nel nome che abbiamo scelto - è l'innovativa cerniera a scomparsa che consente l'apertura fino a 180 gradi senza dover rinunciare alla doppia battuta». Il movimento della cerniera è assicurato da tre parti fisse di rotazione e due parti mobili di traiettoria che la rendono affidabile, precisa ed elegante in ogni dettaglio. Questa tecnologia, insieme alla doppia battuta, aumenta le prestazioni del prodotto, mantenendo lo stile inconfondibile e il design minimal Dierre. Da chiusa, la cerniera è totalmente nascosta alla vista, e quindi protetta dai tentativi di intrusione. A tutto vantaggio della sicurezza: la porta raggiunge infatti di serie la classe 3 di resistenza all'effrazione, elevabile fino in classe 4. Oltre a offrire maggiore sicurezza e affidabilità, questa speciale cerniera aggiunge un vantaggio estetico al prodotto: l'installazione

"However, its distinguishing feature - which is also reflected in the name we have chosen - is the innovative concealed hinge that allows the door to open up to 180 degrees without having to give up the double door stop". Three fixed rotating parts and two moving parts ensure the motion of the hinge, making it reliable, precise and elegant in every detail. This technology, together with the double stop, increases product performance while maintaining Dierre's unmistakable style and minimal design. When closed, the hinge is totally concealed to the eye, and therefore protected from intrusion attempts. Security is enhanced: the door achieves burglary resistance class 3 as standard, upgradeable to class 4. In addition to offering greater security and reliability, this special hinge adds an aesthetic advantage to





“

L'eleganza non è farsi notare ma farsi ricordare

Elegance is not about being noticed but about being remembered

Giorgio Armani

filo telaio consente un risultato pulito ed elegante, mettendo in risalto il pannello.

Sul fronte del contenimento energetico, D180, in classe 3 di permeabilità all'aria e in C5 di resistenza al vento, rappresenta una vera barriera contro gli agenti atmosferici: «La scocca a doppia lamiera - spiega Luca De Robertis, responsabile dell'ufficio tecnico Dierre - dà origine a un monoblocco, i rinforzi sono sostituiti da un mix di materiali stratificati che compongono il nostro speciale sandwich prestazionale. Una tecnologia esclusiva Dierre che consente di raggiungere, in uno spessore ridotto e a un costo contenuto, una trasmittanza termica di 1,3 W/(m² x K), elevabile fino a 0,8 W/(m² x K) dotando la porta del rivestimento 14/21 mm Super Termico Line + 14/21 mm Super Termico Line». A richiesta, è disponibile anche il kit di abbattimento acustico che consente di arrivare a 42 dB contro i 38 dB garantiti di serie. D180 è disponibile con tre soluzioni di apertura: serratura a cilindro New Power; serratura a doppio cilindro, con uno New Power e uno di servizio; serratura motorizzata Hibry 4.0 che consente l'interazione con i sistemi domotici più avanzati.

the product: flush installation allows for a clean and elegant result, highlighting the panel.

In terms of energy containment, D180, in air permeability class 3 and wind resistance class C5, represents a true barrier against weathering agents: "The double sheet metal shell," explains Luca De Robertis, head of Dierre's technical department, "results in a monobloc, the reinforcements are replaced by a mix of layered materials that make up our special performance sandwich. An exclusive Dierre technology that makes it possible to achieve, in a reduced thickness and at a low cost, a thermal transmittance of 1.3 W/(m² x K), which can be raised up to 0.8 W/(m² x K) by equipping the door with the 14/21 mm Super Termico Line + 14/21 mm Super Termico Line panelling". A noise reduction kit is also available on request, allowing 42 dB against the 38 dB guaranteed as standard.

Three opening solutions are available for the D180: New Power cylinder lock; double cylinder lock, with a New Power and a service cylinder; Hibry 4.0 motorised lock allowing interaction with the most advanced home automation systems.



#people

Il servizio al centro

Alla scoperta del Technical service Dierre, una realtà in costante divenire proiettata verso un'organizzazione 3.0

Focus on service

Discovering Dierre Technical Service, a constantly evolving enterprise projected towards a 3.0 organisation

Il Technical Service Dierre (TS) è composto da 45 operatori dislocati sul territorio nazionale, coordinati da un ufficio interno all'azienda che è il cuore pulsante di tutto il sistema. Il suo compito è garantire a tutta la filiera, fino al consumatore finale, l'assistenza pre e post vendita. Si tratta di un servizio centrale in tutti i sensi, perché è il vero anello di congiunzione tra il prodotto e di conseguenza chi lo produce, chi lo racconta al consumatore finale, ovvero i rivenditori, e chi lo installa.

Per rafforzare la percezione del brand Dierre, migliorare il servizio in garanzia e post vendita e rendere immediata la comunicazione tra l'azienda e la rete dei tecnici presenti sul territorio, il Technical Service sta evolvendo verso un nuovo modello di organizzazione, più fluido ed efficiente. Decisivi in questo percorso di crescita saranno la formazione continua dei rivenditori e dei posatori attraverso l'Academy Dierre e l'inserimento di due nuovi coordinatori al fine di migliorare la comunicazione tra l'azienda e la rete Technical Service. A sovrintendere questa complessa organizzazione saranno Sergio Masè e Valerio Morichini, entrambi con una lunga esperienza alle spalle in materia di sicurezza. Li abbiamo intervistati per capire lo stato dell'arte e le sfide del prossimo futuro.

Cosa vi ha spinti a scegliere la sicurezza come missione?

«L'innata curiosità. Nonostante ci occupiamo di sicurezza da oltre 35 anni non siamo ancora stanchi di imparare e, di pari passo, ci piace trasferire agli altri la nostra passione. Lo facciamo con i nostri collaboratori, con i quali ci confrontiamo quotidianamente su questioni tecniche ed etiche, ma anche con i clienti perché nel nostro lavoro non ci occupiamo solo di porte ma di un concetto più profondo che gli antichi

Dierre Technical Service (TS) is composed of 45 operators located throughout Italy, coordinated by an in-company office that is the very heart of the whole system. Its task is to guarantee pre- and post-sales assistance to the entire supply chain, up to the end consumer. This is a central service in all respects, as it is the real link between the product and consequently those who produce it, those who tell the end consumer about it, i.e. the dealers, and those who install it.

With a view to reinforcing the perception of the Dierre brand, improving warranty and after-sales service and making communication between the company and the network of technicians in the area seamless and efficient, Technical Service is evolving towards a new organisational model. The ongoing training of dealers and installers through the Dierre Academy and the hiring of two new coordinators to improve communication between the company and the Technical Service network will be decisive in this growth path. Overseeing this complex organisation will be Sergio Masè and Valerio Morichini, both of whom have long experience in security matters. To understand the state of the art and the challenges of the near future, we interviewed them.

What made you choose security as your mission?

"Inborn curiosity. Although we have been in the security business for over 35 years, we are still not tired of learning, and we equally enjoy passing on our passion to others. We do this with our co-workers, with whom we discuss technical and ethical issues on a daily basis, but also with our customers, because in our work we do not only deal with doors but



In foto, Sergio Masè e Valerio Morichini, coordinatori del Technical Service Dierre. Pictured are Sergio Masè and Valerio Morichini, Dierre Technical Service Coordinators.



chiamavano Janua, "La Porta", inizio e fine di ogni cosa. E in questo senso, ci sono molte affinità con Dierre che non si limita a "vendere porte", ma si impegna nel trasmettere l'idea di sicurezza a tutto tondo».

Riscontrate un diverso approccio alla sicurezza in base alle aree geografiche?

«Sì, abbiamo realtà disomogenee. A Milano, nei condomini, è quasi consuetudine avere la maniglia che apre la porta dall'esterno, a Roma sarebbe improponibile. Questo perché, nel primo caso, chi la utilizza è abituato a chiudere sempre a chiave, operazione che andrebbe sempre fatta. In molti, invece, pensano che la porta solo tirata, senza serratura chiusa, sia sicura lo stesso ma questa è una visione assolutamente errata.

Altra differenza riguarda l'approccio alla tecnologia: nelle piccole città c'è ancora la propensione verso l'uso della chiave tradizionale, senza pensare o temere duplicazioni fraudolente; nelle grandi città come Milano o Roma invece c'è un interesse sempre maggiore verso le serrature elettroniche motorizzate che permettono di gestire in totale autonomia e sicurezza le credenziali d'accesso, negando o consentendo, anche in modo programmato, l'accesso al personale o ai collaboratori domestici in specifiche fasce orarie e giorni».

Questo comporta problemi di privacy?

«Esattamente, ma qui il nostro compito è rimettere l'attenzione nei giusti binari: può essere fastidioso sapere che il datore di lavoro può controllare in qualsiasi momento gli spostamenti dei suoi collaboratori ma d'altro canto è l'unico modo che il personale ha per dimostrare la propria estraneità a eventuali fatti illeciti».

Quando inizia il lavoro di un tecnico?

«Dall'inizio, e cioè dalla fase di progettazione, con l'analisi del rischio e la conseguente elaborazione di contromisure idonee, in base alle necessità del cliente. E, soprattutto, non ha mai fine! Non solo perché siamo attivi 24 ore su 24, sette giorni su sette, ma anche perché l'aggiornamento di tutti coloro che vi lavorano è, e deve essere, costante. Oggi il Technical Service è alla seconda revisione e stiamo per lanciare la versione 3.0».

Quali obiettivi vi siete dati?

«Uniformare il livello di assistenza in tutte le zone d'Italia, mirando all'eccellenza e azzerando le differenze territoriali. Per farlo ci daremo procedure ancora più snelle e avvieremo un percorso formativo a moduli per migliorare l'orientamento al problem solving di tutti gli operatori. E poi ci saranno due nuovi coordinatori - serraturieri con una vasta esperienza sul campo - in costante dialogo con la squadra dei tecnici per interfacciarsi al meglio con l'ufficio centrale».

Oggi quali sono le richieste più frequenti che ricevete dai clienti?

«Si va dagli interventi di integrazione dei sistemi di chiusura esistenti con i sistemi domotici, di controllo accessi, anti intrusione e video sorveglianza, all'upgrade della sicurezza su porte datate, alle manutenzioni ordinarie. In pochi ci pensano ma le porte e le casseforti, come tutti gli oggetti meccanici, hanno bisogno di manutenzione ordinaria, straordinaria e programmata».

with a deeper concept that the ancients called Janua, "The Door", the beginning and end of everything. In this respect, many similarities exist with Dierre, which does not just 'sell doors', but is committed to conveying the idea of all-round security».

Do you notice a different approach to security according to geographical areas?

«Yes, we have uneven realities. In Milan, in apartment blocks, it is almost customary to have the handle that opens the door from the outside, in Rome it would be impractical. This is because, in the first case, those who use it are used to always locking it, an operation that should always be done. Many, on the other hand, think that the door only pulled, without a closed lock, is safe anyway, but this is an absolutely wrong view.

The approach to technology also differs: in small cities there is still a tendency towards the use of traditional keys, with no thought or fear of fraudulent duplication; in large cities such as Milan or Rome, on the other hand, there is a growing interest in motorised electronic locks that allow access credentials to be managed in total autonomy and security, denying or allowing, even in a programmed manner, access to staff or housekeeping staff at specific times and days».

Does this lead to privacy problems?

«Exactly, but here our task is to put the focus back on the right tracks: it can be annoying to know that employers can check the whereabouts of their employees at any time, but on the other hand it is the only way for staff to prove that they are not involved in any wrongdoing».

When does a technician's work start?

«From the very beginning, i.e. from the design phase, with risk analysis and the subsequent development of suitable countermeasures, according to the customer's needs. And, above all, it never ends! This is not only because we are active 24/7, but also because the updating of all those who work there is, and must be, ongoing. The Technical Service is now in its second revision and we are about to launch version 3.0».

What goals have you set for yourself?

«Standardising the assistance level in all areas of Italy, striving for excellence and eliminating territorial differences. In order to do this, we will have even more streamlined procedures and will launch a modular training course to improve the problem-solving orientation of all operators. And then there will be two new coordinators - locksmiths with extensive experience in the field - in constant dialogue with the team of technicians in order to better interface with the central office».

What are the most frequent requests you receive from customers today?

«They range from the integration of existing locking systems with home automation, access control, intrusion detection and video surveillance systems, to security upgrades on outdated doors, to routine maintenance. Few people think about it, but doors and safes, like all mechanical objects, need ordinary, extraordinary and scheduled maintenance».

#people

Qualche esempio?

«Un esempio classico di manutenzione programmata è la pulizia e la lubrificazione della serratura e del gruppo di chiusura (serratura, deviatori, cilindro): farlo a fronte di un contratto di manutenzione costa meno ed evita emergenze. Oppure, per quanto riguarda gli interventi straordinari, l'apertura di una blindata bloccata a seguito di un tentativo di effrazione o per negligenza: se non si interviene tempestivamente su una porta che non si chiude bene a causa di un'installazione non perfetta, si accorcia la vita del cilindro e della serratura.

Per questo è importante affidarsi a un consulente tecnico che, in modo trasparente, possa mantenere aggiornati i sistemi di sicurezza, attiva e passiva, presenti in casa. Troppo spesso le persone si sentono sicure perché "hanno una blindata", senza pensare che magari la porta in questione ha vent'anni e non è mai stata aggiornata. La cultura della sicurezza, purtroppo, è scarsa, e diffondere una corretta informazione è il nostro mantra quotidiano ma affinché la comunicazione sia davvero efficace serve che tutta la filiera - azienda, ufficio tecnico e rivenditori che ci rappresentano sul territorio - parli con una sola voce.

L'installazione su un prodotto tecnico come la porta blindata è fondamentale. Che obiettivi vi siete dati?

«La formazione continua dei posatori e di tutta la forza vendita rientra nel piano di miglioramento cui stiamo lavorando. Come diciamo sempre, il servizio è quasi più importante del prodotto! Per fare un esempio che tutti possono capire: la posa sta al risultato finale come la materia prima sta allo chef di un ristorante. Possiamo acquistare i migliori ingredienti ma se lo chef è scarso il mio ristorante non sarà mai stellato e l'esperienza sarà "ordinaria". Quello che mediamente gli installatori non comprendono è proprio questo: Dierre mette sul mercato una tecnologia eccellente ma per poter essere considerata il giusto acquisto questa deve essere coronata da una posa a regola d'arte, perché solo così si chiude il cerchio e il prodotto acquisisce il suo preciso valore».

IL TS in numeri

Il servizio nasce nel 2005 per migliorare l'esperienza di acquisto e fornire una risposta immediata e puntuale a eventuali problematiche che possono generarsi nel post vendita. Dopo una valutazione preventiva da parte di quattro operatori interni all'azienda, le segnalazioni vengono prese in carico e girate ai tecnici presenti sul territorio. Negli anni il servizio è cresciuto, strutturandosi in modo organico e oggi è pronto a fare un ulteriore salto di qualità: «Per un prodotto come il nostro, gli aspetti tecnici sono un tema cruciale: affrontarli con un'ottica complessiva, non a compartimenti stagni, confrontandoci costantemente con la produzione e con il servizio qualità, ci permette di migliorare costantemente i flussi produttivi - spiega Liborio Arena, Responsabile Qualità Dierre - e mettere in atto le procedure preventive e correttive che evitano allo stesso problema di ripetersi in futuro».

2005 l'anno in cui è nato il TS

45 i tecnici presenti sul territorio italiano
7/7 il servizio è attivo H24, sabato e domenica compresi, con una procedura ultra rapida per le situazioni d'emergenza.

A few examples?

«One typical example of scheduled maintenance is the cleaning and lubrication of the lock and the locking unit (lock, diverters, cylinder): doing this against a maintenance contract costs less and avoids emergencies. Alternatively, as far as extraordinary interventions are concerned, the opening of a locked security door following a break-in attempt or due to negligence: failing to intervene promptly on a door that doesn't close properly due to an imperfect installation shortens the life of the cylinder and the lock.

That is why it is important to rely on a technical advisor in order to seamlessly keep the security systems, both active and passive, in the home up to date. Too often, people feel secure because 'they have a security door', without thinking that perhaps that particular door is twenty years old and has never been updated. Security is unfortunately scarce, and disseminating correct information is our daily mantra, but for communication to be truly effective, the entire chain - company, technical department and dealers representing us in the territory - must all speak a single voice.

Installation on a technical product such as a security door is crucial. What goals have you set yourself?

«Ongoing training of fitters and the entire sales force is part of the improvement plan we are working on. As we always say, service is almost more important than the product!

To give an example that everyone can understand: fitting is to the end result as the raw material is to the chef in a restaurant. We can buy the best ingredients but if the chef is poor my restaurant will never be starred and the experience will be 'ordinary'. What the average installer does not understand is precisely this: Dierre puts excellent technology on the market, but in order to be considered the right purchase, it must be crowned by a professional installation, because only then does the circle close and the product acquires its precise value».

TS in numbers

The service was set up in 2005 to improve the buying experience and provide an immediate and timely response to any problems that may arise in the after-sales process. After a preventive assessment by four in-house operators, the reports are taken in charge and forwarded to the technicians in the area. Over the years, the service has grown, becoming organically structured, and today it is ready to make a further quality leap: 'For a product like ours, technical aspects are a crucial issue: dealing with them from an overall point of view, not in watertight compartments, constantly comparing ourselves with production and the quality service, allows us to constantly improve production flows,' explains Liborio Arena, Dierre Quality Manager, 'and to put in place the preventive and corrective procedures that prevent the same problem from recurring in the future».

2005 the year the TS was born

45 technicians present throughout Italy
7/7 the service is active H24, including Saturdays and Sundays, with an ultra-rapid procedure for emergency situations..

“

Quello che conta non è tanto l'idea ma la capacità di crederci

What counts is not so much the idea but the ability to believe in it

Ezra Pound



#product

Lovly, la porta aperta
sul futuro

Lovly, the door open
to the future



Pensata per un pubblico giovane e attento ai nuovi trend, la nuova nata di casa Dierre sfoggia dieci finiture e quindici diverse maniglie per adattarsi a ogni stile

Nella nuova concezione dell'abitare, la casa è concepita sempre di più come uno spazio in costante evoluzione, in grado di trasformarsi in base alle esigenze di chi vi abita e, allo stesso tempo, connessa agli spazi esterni e alla natura in tutte le sue forme. Gli ambienti stanno diventando sempre più fluidi, pensati per accogliere funzioni diverse nel corso della giornata e anche l'arredo - dai mobili ai complementi fino alle finiture - segue la stessa filosofia: ogni singolo elemento è parte di un disegno complessivo in cui ogni oggetto, anche il più piccolo, deve poter essere personalizzato attraverso la scelta di colori, finiture e materiali che meglio si adattano al contesto. Il "su misura" garantisce non solo coerenza stilistica ma anche personalità e unicità alla casa, consentendo di creare ambienti che sono espressione diretta di chi li abita.

In quest'ottica, le porte da interno stanno evolvendo in elementi essenziali al progetto di interior, trasformandosi da semplici complementi a veri e propri strumenti al servizio del design. «La collezione Lovly nasce dall'esigenza di avere a catalogo una porta che fosse in linea con le ultime tendenze, dinamica e pensata per un pubblico giovane - spiega Laura De Robertis, direttrice marketing Italia di Dierre - un prodotto dedicato a chi ama il design ed è attento ai dettagli».

Lovly è prodotta in dieci finiture per integrarsi in ogni tipo di arredo ed essere facilmente coordinabile ai rivestimenti delle porte blindate. Chi acquista 4 Lovly (oppure i modelli Forte, Danieli, Light, Fashion, Glamour e Quadra) e una blindata, ha in omaggio il rivestimento coordinato del portoncino oppure la cassaforte Type NSE; chi sceglie di avere entrambi, ha diritto a un extra sconto sulla cassaforte (promo White&Grey 4+1).

Anche la maniglieria è stata pensata per rendere ogni porta un pezzo quasi unico: è infatti possibile scegliere tra quindici modelli, disponibili in tre fasce di prezzo (basic, medium, top) e in moltissime finiture di tendenza: cromo satinato, cromo lucido, argento, grigio titanio, nero, bronzo satinato, ottone lucido e ottone satinato. Lovly è completa di cerniere a scomparsa di serie e serratura Patent magnetica. «Lovly è il perfetto compromesso tra funzionalità ed estetica - conclude De Robertis - la porta che mancava e che sono sicura si farà amare».

Designed for a young, trend-conscious public, Dierre's new addition boasts ten finishes and fifteen different handles to suit every style

In the new concept of living, the home is increasingly conceived as an ever-changing space, which can be transformed according to the needs of those that live in it and, at the same time, connected to outdoor spaces and nature in all its forms. Spaces are becoming more and more fluid, designed to accommodate different purposes throughout the day, and furnishings - from furniture to accessories to finishes - also follow the same philosophy: each individual item is part of an overall design where each object, even the smallest, must be customised through the choice of colours, finishes and materials that best suit the context. Custom-built items guarantee not only stylistic consistency but also personality and uniqueness to the home, allowing the creation of rooms that are a direct expression of their inhabitants.

With this in mind, interior doors are evolving into essential elements of interior design, turning from simple complements into proper tools serving design. «The Lovly collection stems from the need to have a door in the catalogue that was in line with the latest trends, dynamic and designed for a young audience», explains Laura De Robertis, Dierre's Italian marketing director, «a product dedicated to those who love design and pay attention to details».

Lovly is produced in ten finishes to blend in with any type of décor and to be easily coordinated with the security door panelling. Whoever buys 4 Lovly (or the Forte, Danieli, Light, Fashion, Glamour and Quadra models) and a security door, gets a free coordinated door panelling or Type NSE safe; whoever chooses to have both, gets an extra discount on the safe (promo White&Grey 4+1)

The door handles have also been designed to make each door virtually unique: there are fifteen models to choose from, available in three price ranges (basic, medium, top) and in many trendy finishes: satin chrome, polished chrome, silver, titanium grey, black, satin bronze, polished brass and satin brass. Lovly comes complete with concealed hinges as standard and a magnetic Patent lock. «Lovly is the perfect balance between functionality and aesthetics», says De Robertis, «the door that was missing and that I am sure will be loved».



Tavolo e sedie della collezione Roma di Turri. A parete, wallpaper Racconti di Wall&Decò. Sospensione di Cattelan.
Table and chairs from Turri's Roma collection. On the wall, Racconti wallpaper by Wall&Decò. Suspension lamp by Cattelan.

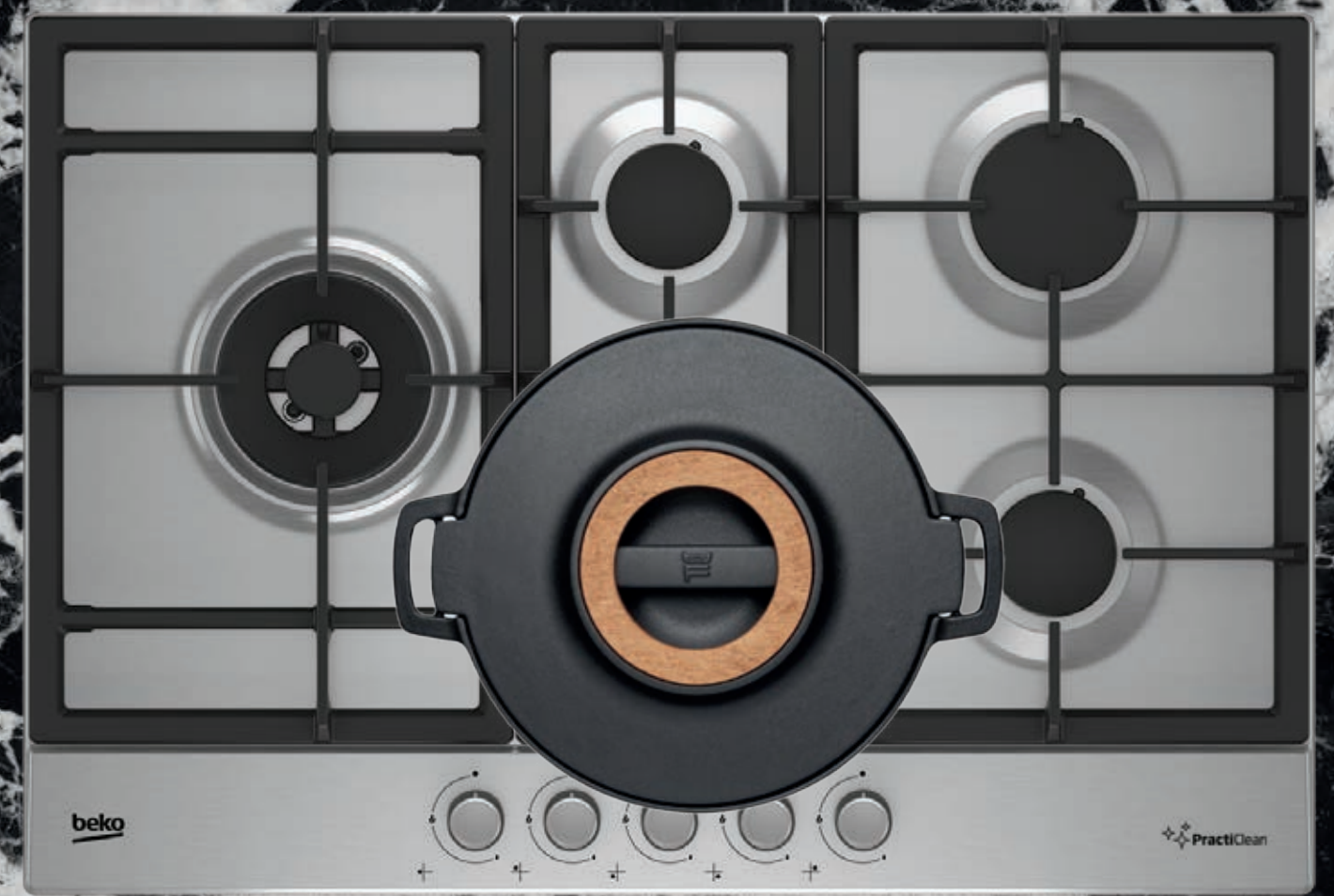
#product



Porta Lovly con finitura 3D Black Matt Dune.
Lovly door with 3D Black Matt Dune finish.

Nella pagina accanto piano di lavoro Grand Antique di SapienStone, in gres effetto marmo; sul piano cottura Beko, pentola Norden di Fiskars; piatti di House Doctor e Oyoy Living design; posate Broste Copenhagen; strofinacci Ferm Living.

On the other page Grand Antique worktop by SapienStone, in marble-effect stoneware; on the Beko hob, Norden pot by Fiskars; plates by House Doctor and Oyoy Living design; Broste Copenhagen cutlery; Ferm Living tea towels.



#suggest

Emotional Design Donald A. Norman

Emotional Design by Donald A. Norman



Possiedo una collezione di teiere. Una è de tutto inutilizzabile - il manico si trova sullo stesso lato del beccuccio. Fu inventata dall'artista francese Jacques Carelman, che la definì una caffettiera per masochisti. La mia è una copia dell'originale. Ne appare una fotografia sulla copertina del libro "The design of everyday Things" (tradotto in italiano con il titolo "La caffettiera del masochista"). La seconda teiera si chiama Nanna, e la sua originale conformazione tozza e paffuta risulta sorprendentemente attraente. La terza è una teiera "inclinata", complicata ma pratica, prodotta dall'azienda tedesca Ronnefeldt. La teiera di Carelman è, volutamente, impossibile da usare. La teiera Nanna, progettata dal noto architetto Michael Graves, sembra goffa ma in realtà funziona abbastanza bene. La teiera inclinata, che ho scoperto mentre gustavo il tè durante una cena al Four Season Hotel di Chicago, è stata progettata tenendo a mente i diversi passaggi dell'infusione del tè. Quando la uso, dispongo le foglie di tè su un piccolo ripiano, posizionando la teiera all'indietro con le foglie in infusione. [...] Quali di queste teiere uso abitualmente? Nessuna delle tre. Ogni mattina prendo il tè. Di buon'ora, l'efficienza è la prima cosa. Appena sveglio vado rapidamente in cucina e spingo il pulsante di un bollitore giapponese per scaldare l'acqua, mentre metto qualche cucchiaino di tè in una piccola pallina di metallo per l'infusione. Dopo averla messa in una tazza, la copro con acqua bollente, aspetto qualche minuto e il mio tè è pronto. Veloce, efficiente, facile da pulire. Perché sono così attaccato alle mie teiere? Perché le tengo in bella vista, nell'alcova ricavata nel vano della finestra in cucina? Apprezzo le mie teiere non solo per la loro funzione, ma perché sono un'opera d'arte. Quando intrattengo degli ospiti o se ho un po' di tempo libero, preparo il tè nella teiera Nanna, perché mi affascina, o in quella inclinata, per la sua efficienza. [...] La storia delle teiere illustra le diverse componenti del design di un prodotto: l'usabilità (o la sua assenza), l'estetica e la praticità. Nella creazione di un oggetto, il designer deve prendere in considerazione molti fattori: la scelta del materiale, il metodo di realizzazione, il modo in cui il prodotto viene commercializzato, il costo e la praticità, la facilità d'uso, di comprensione.

Tratto da "Emotional design. Perché amiamo (o odiamo) gli oggetti della vita quotidiana", Donald A. Norman, Maggioli editore, 257 pag.

I own a collection of teapots. There is one that is completely unusable - the handle is on the same side as the pouring spout. The French artist Jacques Carelman invented it and called it a coffee pot for masochists. Mine is a copy of the original. A photograph of it appears on the cover of the book "The design of everyday Things" (translated into Italian as "La caffettiera del masochista").

Nanna is the name of the second teapot, and its original squat, chubby shape is surprisingly attractive. The third is a complicated but practical 'tilted' teapot made by the German company Ronnefeldt. Carelman's teapot is, deliberately, impossible to use. The Nanna teapot, designed by the well-known architect Michael Graves, looks clumsy but actually works quite well. The tilted teapot, which I discovered while enjoying tea during a dinner at the Four Seasons Hotel in Chicago, was designed with the different steps of tea infusion in mind. When I use it, I place the tea leaves on a small shelf, positioning the teapot backwards with the infusing leaves. [...] Which of these teapots do I normally use? None of the three. Every morning I have tea. Early in the morning, efficiency comes first. As soon as I wake up, I quickly go to the kitchen and push the button on a Japanese kettle to heat water, while I put a few spoonfuls of tea in a small metal infusion ball. After putting it in a cup, I cover it with boiling water, wait a few minutes and my tea is ready. Fast, efficient, easy to clean. Why am I so fond of my teapots? And why do I keep them in plain sight, in the recessed window alcove in the kitchen? Not only do I appreciate my teapots for their intended function, but because they are a work of art. When I entertain guests or if I have some free time, I make tea in the Nanna teapot, because it fascinates me, or in the tilted one, because of its efficiency. [...] Tea pot history illustrates the different components of product design: usability (or lack thereof), aesthetics and practicality. When creating an object, the designer must consider many factors: the choice of material, the manufacturing method, the way the product is marketed, cost and practicality, ease of use, ease of understanding.

Taken from "Emotional design. Why we love (or hate) everyday objects", Donald A. Norman, Maggioli editore, 257 pp.



