

MAGAZINE

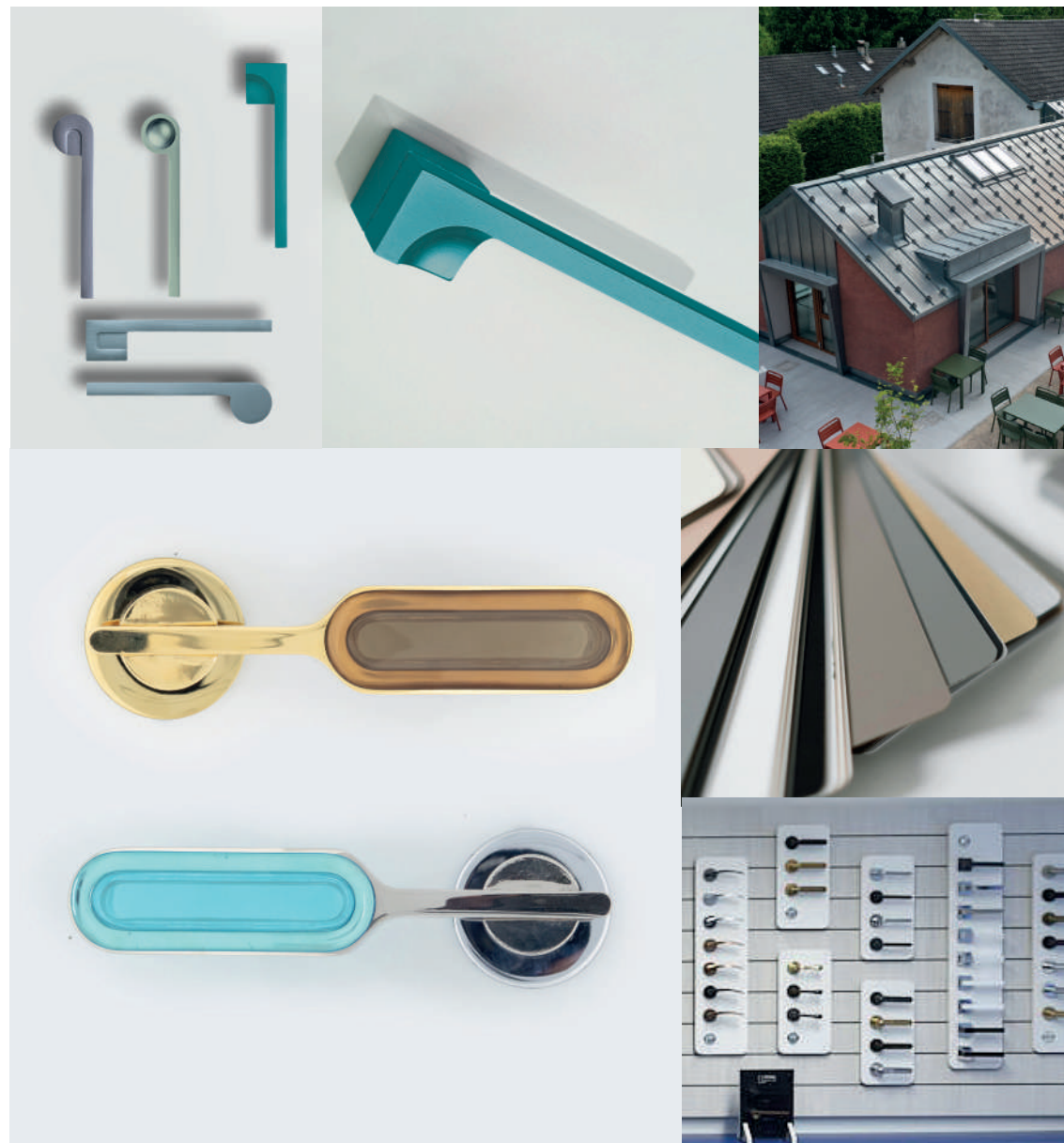


n°2

Spazi in
apertura

In questo numero:

/ 02 Minima in Colour / 04 Intervista al designer Paolo Martinig / 06 Manni Group
/ 10 Gruppobea / 14 PVD / 18 Progetto Luna / 20 Italinnea / 24 La Stampa
/ 26 Frascio nel mondo / 28 La gamma Frascio



• Minima Colour trend • maniglia Quarto • Manni Group • Luna • rivestimento PVD • Frascio showroom

Spazi in apertura non è solo un titolo, è un punto di vista

Aprire uno spazio significa entrare in relazione: con un luogo, con un gesto, con chi lo abita.

Quando si parla di spazio, si pensa subito all'architettura, ai volumi, agli ambienti. In realtà lo spazio è qualcosa che riguarda molto da vicino la nostra quotidianità: è il luogo in cui viviamo, lavoriamo, incontriamo le persone, trascorriamo il nostro tempo. È una dimensione concreta, fatta di esperienze, abitudini e relazioni.

In un mondo in continua trasformazione, anche il modo di progettare e vivere gli spazi sta cambiando. Nuove modalità dell'abitare richiedono attenzione, capacità di osservare il cambiamento e apertura verso linguaggi progettuali differenti.

Per noi di Frascio questo è un tema centrale. Produciamo maniglie e accessori per porte e finestre: oggetti che accompagnano gesti semplici, ripetuti ogni giorno quasi senza pensarci. Eppure, proprio in quei gesti, esiste una parte importante del rapporto tra persone e architettura. Perché dietro una maniglia c'è molto più di un oggetto: c'è un pensiero, una scelta, una visione.

Nel nostro lavoro ci occupiamo di qualità dei materiali, finiture, durata nel tempo, comfort di utilizzo e affidabilità del prodotto. Ma negli anni ho capito quanto sia importante mantenere anche un atteggiamento aperto verso ciò che cambia: le esigenze dei progettisti, i nuovi linguaggi del design, le abitudini delle persone.

Nel confronto con designer e collaboratori cerchiamo sempre prodotti che abbiano una propria identità, ma che sappiano anche dialogare con contesti e sensibilità differenti.

Credo che oggi sia fondamentale ascoltare, osservare con attenzione e comprendere le esigenze di chi progetta e di chi vive gli spazi contemporanei, mantenendo la capacità di mettersi continuamente in discussione. Apertura, per me, significa soprattutto questo.

Lo stesso vale per le relazioni tra aziende, professionisti e partner. In un momento complesso e veloce come quello che stiamo vivendo, il confronto con realtà differenti rappresenta un'opportunità importante di crescita, oltre che uno stimolo continuo a evolvere.

Questo magazine nasce con la stessa intenzione: offrire uno sguardo aperto su esperienze, visioni e modelli differenti; aprire a nuove collaborazioni e punti di vista. Raccontare non solo i nostri prodotti, ma anche i processi, le relazioni e le persone con cui condividiamo ogni giorno una stessa idea di progetto e di cultura dell'abitare.

Massimo Soldi
Amministratore Delegato



Minima in Colour

La forma essenziale incontra il colore



• Minima Collection Colour Trend
dettagli colore e modelli

IL COLORE COME PROGETTO

Nuove finiture ispirate ai Color Trends trasformano la maniglia in un elemento progettuale identitario.

Minima Collection evolve e si apre a una nuova dimensione espressiva: il colore diventa protagonista, superando la funzione decorativa per trasformarsi in un vero linguaggio progettuale.

Nel design contemporaneo ogni dettaglio contribuisce alla costruzione dello spazio. Con Minima, Frascio interpreta questa visione trasformando la maniglia in un segno architettonico discreto ma distintivo, capace di dialogare con materiali e superfici. Le nuove finiture nascono per rispondere alle esigenze di un interior sempre più orientato alla personalizzazione e alla coerenza estetica, dove anche l'elemento più essenziale diventa portatore di identità.



• Minima Collection Colour Trend

QUATTRO FINITURE ESCLUSIVE Teal • Jade • Mauve • Aura

Una palette sofisticata che riflette le tendenze contemporanee:

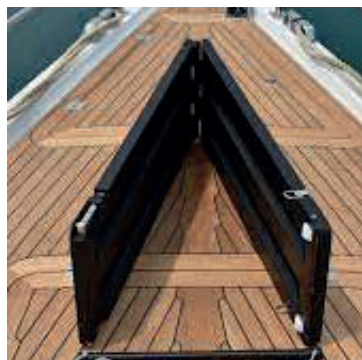
- tonalità profonde e avvolgenti
- sfumature delicate e luminose
- un equilibrio tra eleganza e ricerca cromatica

Colori pensati per integrarsi con naturalezza in contesti diversi, dal minimalismo più rigoroso agli ambienti più

espressivi. Il colore diventa uno strumento progettuale, capace di definire atmosfera e carattere.

Minima Collection rappresenta l'evoluzione di una filosofia progettuale che unisce forma e funzione, ricerca estetica e innovazione.

Un approccio che guarda al futuro dell'abitare, dove il dettaglio non è più secondario, ma protagonista.



• ritratto designer Paolo Martinig
• TheOne per Solaris Yachts

Il gesto che definisce lo spazio

Conversazione con il designer Paolo Martinig

Un percorso tra comunicazione e progetto

Con oltre trent'anni di esperienza nel design, il percorso di Paolo Martinig affonda le sue radici nel mondo della comunicazione. Dopo gli esordi nelle agenzie pubblicitarie della Milano degli anni '80, il passaggio al design avviene in modo naturale, quasi spontaneo.

"Il design è sempre stato la mia vera passione. Il passaggio dalla comunicazione al progetto è stato quasi inevitabile, anche grazie a un primo importante riconoscimento: la candidatura al Compasso d'Oro con un prodotto particolare legato a un'altra mia grande passione, la vela."

Il progetto, una passerella in fibra di carbonio per imbarcazioni da diporto, segna l'inizio del suo percorso come designer. Un inizio già caratterizzato da una forte attenzione alla sintesi formale, influenzata dal design scandinavo e giapponese, dove *"La semplicità rimane il fondamento del mio approccio progettuale. Essenzialità e rigore diventano linguaggio."*

Ricerca e innovazione: il contributo della nautica

Tra le esperienze più significative e stimolanti emergono i progetti sviluppati per il settore nautico. Un contesto in cui il designer si confronta con elevati standard tecnici e innovativi, collaborando con importanti e prestigiosi cantieri. *"In particolare, due passerelle realizzate in materiali compositi per importanti cantieri nautici hanno rappresentato una sfida straordinaria. Il coinvolgimento di strutture di ricerca e sviluppo legate alla Formula 1 ha permesso di raggiungere un risultato unico."* Una passerella di soli 35 mm di spessore, lunga 220 cm e con una portata di 150 kg: un progetto

complesso, sviluppato in due anni di lavoro intenso, in cui ricerca ingegneristica e qualità formale trovano una sintesi perfetta.

Oggetti come architetture

Pur non occupandosi direttamente di architettura o interior design, il designer riconosce come ogni oggetto sia, in fondo, una *"piccola architettura"*.

"Quando si progetta, è inevitabile considerare il contesto. Ma non credo che un oggetto debba necessariamente dialogare in modo esplicito con ciò che lo circonda. A volte è proprio un elemento apparentemente fuori contesto a definire uno spazio." Una visione che apre a un approccio più libero, meno vincolato alla coerenza formale tradizionale, in cui sono soprattutto i materiali a costruire l'identità di un ambiente.

"Prediligo spazi essenziali, con pochi elementi ma con una forte identità. Materiali caldi come il legno, e una luce morbida, mai eccessiva, capace di creare intimità, quasi una sensazione di protezione."

Una concezione dello spazio quindi che privilegia la qualità percettiva e il comfort emotivo.

La collaborazione come affinità progettuale

Negli ultimi anni, il lavoro di Martinig si intreccia con quello di Robby Cantarutti, dando vita a una collaborazione solida e continuativa. Un dialogo progettuale che ha portato, tra gli altri, alla realizzazione della maniglia Solaris.

"Lavorare in coppia è complesso: richiede una visione condivisa che va oltre il linguaggio formale e abbraccia un modo di intendere non solo il progetto, ma la vita nel suo insieme."



• Solaris, maniglia Frascio
• Mrs. Buffy per la Cividina
• Nirvana per Torre 1961



Con Robby esiste una sintonia naturale, rafforzata da un'amicizia di lunga data."

Una relazione che rende il processo progettuale fluido e i risultati coerenti, dando forma a prodotti che esprimono una filosofia comune, fondata su equilibrio, essenzialità e rigore.

Progettare una maniglia: un esercizio di sintesi

La maniglia rappresenta uno degli oggetti più complessi nella sua apparente semplicità. *"Dopo la sedia, è probabilmente l'oggetto più progettato al mondo. Allo stesso tempo, è uno degli elementi più invisibili, proprio perché quotidiano. Una volta scelto, credo che non lo guardi più nessuno."* È proprio in questa apparente invisibilità che si concentra la sfida progettuale: restituirle valore, creare un oggetto capace di rinnovare nel tempo una sensazione di qualità e piacere, sia visivo che tattile.

Il progetto Solaris nasce da questa riflessione. *"L'idea era sviluppare un oggetto semplice e minimale, ma al tempo stesso riconoscibile: due geometrie elementari, calibrate nelle proporzioni, capaci di emergere con discrezione."* Materiali, finiture e percezione tattile diventano elementi centrali del progetto, contribuendo a definire un oggetto che trasmette solidità, sicurezza nella presa e immediatezza d'uso.

"Solaris si configura così come una piccola architettura contemporanea: essenziale, equilibrata, ma visibile. Un oggetto costruito su proporzioni e dettagli che difficilmente passano inosservati, pensato per restare attuale anche negli anni a venire."

Oltre le tendenze

Guardando al futuro, il designer esprime una certa difficoltà nell'immaginare quali saranno le tendenze future. *"Oggi il design segue dinamiche sempre più simili alla moda, con cicli rapidi e stagionali. Ma, a differenza dell'abbigliamento, gli oggetti non possono essere sostituiti continuamente. Un tavolo non si cambia due volte l'anno."*

Più che di tendenze estetiche o formali, il tema diventa progettuale.

La riflessione si sposta su questioni più profonde, legate all'impatto ambientale ed etico del progetto.

Le domande da porsi oggi sono altre:

- cosa accade a un prodotto a fine vita?
- come viene realizzato e qual è il suo impatto?
- da dove provengono i materiali e chi li lavora?
- quali sono le implicazioni ambientali e sociali?

"La sostenibilità è una parola abusata. Oggi niente è davvero sostenibile. Possiamo solo cercare di fare meno danni possibili."

L'obiettivo oggi quindi è una maggiore consapevolezza: ridurre l'impatto negativo, prendere posizione, progettare con responsabilità.

Andy Warhol diceva:

"Un artista è qualcuno che produce cose di cui la gente non ha bisogno"

Una riflessione che, oggi, risuona anche nel design. *"Spesso," conclude il designer, "anche il nostro lavoro rischia di rientrare in questa definizione."*

Manni Group

Off-site: il futuro delle costruzioni

Una visione sulle nuove tecniche dell'architettura contemporanea, nelle parole di Daniel Elber Chief Marketing & Communication Officer



Ci presenta Manni Group? Qual è la sua storia e come si collocano oggi le vostre attività nel panorama internazionale delle costruzioni?

Manni Group è una realtà industriale veronese che nel 2025 ha celebrato un traguardo straordinario: 80 anni di storia. Le origini risalgono all'Italia del dopoguerra, quando Luigi Manni avviò un'attività di commercio di residui ferrosi. Fu poi il figlio Giuseppe a imprimere una svolta decisiva, trasformando la piccola realtà familiare in uno dei principali gruppi industriali europei specializzati nella lavorazione dell'acciaio.

Oggi Manni Group è una realtà solida e in crescita, attiva a livello internazionale. Il Gruppo opera attraverso 20 società suddivise in tre aree principali: l'acciaio, con Manni Sipre e Manni Inox; i pannelli isolanti, con Isopan; e i servizi, che comprendono l'energia rinnovabile con Manni Energy e le soluzioni di edilizia modulare con Manni Green Tech. **Con stabilimenti produttivi in 5 Paesi, oltre 10.000 clienti, una presenza commerciale in 64 mercati e un team di 1.179 persone. Nel 2024 ha registrato un fatturato di 727 milioni di euro, confermando un percorso di crescita costante.**

Il 2025 è un anno doppiamente significativo: Isopan ha celebrato 50 anni di attività, mentre la joint venture avviata nel 2024 con Marcegaglia Steel segna un nuovo capitolo nella strategia di internazionalizzazione del Gruppo.

Manni Group è tra i protagonisti delle costruzioni off-site. Ci può spiegare in cosa consiste questa metodologia costruttiva e quali valori porta con sé rispetto alle nuove sfide dell'architettura contemporanea?

L'off-site rappresenta una rivoluzione culturale nel modo di concepire e realizzare gli edifici. Si tratta di un metodo moderno di costruzione che prevede una riorganizzazione radicale dei processi a favore di maggiore efficienza e qualità: le componenti dell'edificio vengono progettate e prodotte all'interno dello stabilimento, poi trasportate in cantiere e assemblate a secco, riducendo drasticamente le lavorazioni on-site.

L'off-site risponde alle nuove sfide dell'architettura contemporanea perché permette di migliorare l'efficienza produttiva, avvicinando il settore agli standard delle industrie più avanzate. I sistemi a secco che promuoviamo in Manni Group riducono consumi d'acqua, sprechi di materiale ed emissioni in cantiere. Inoltre, la prefabbricazione garantisce una qualità più elevata e costante rispetto ai metodi tradizionali e offre inoltre maggiore libertà progettuale: la modularità, infatti, non limita la creatività architettonica, ma la rende più flessibile e innovativa.

L'off-site rappresenta un importante salto tecnologico nel settore edilizio. Quali risultati concreti permette di ottenere rispetto all'edilizia tradizionale, in particolare in termini di tempi, qualità, sicurezza e sostenibilità?

I vantaggi dell'off-site sono tangibili e misurabili e riguardano tutto il processo costruttivo. Dal punto di vista dei tempi, l'industrializzazione consente una riduzione significativa: produzione in stabilimento e preparazione del cantiere avvengono in parallelo, con risparmi che possono arrivare fino al 50% rispetto all'edilizia tradizionale. A ciò si aggiunge una prevedibilità di costi e scadenze che elimina le incertezze tipiche dei cantieri convenzionali: un elemento di grande valore per clienti e investitori.

La qualità è più elevata, la produzione in ambiente controllato garantisce standard superiori e costanti. Ogni componente è realizzato e verificato secondo specifiche precise, con tolleranze minime. Anche le prestazioni antisismiche ed energetiche sono certificate e verificabili fin dalla fase di produzione.

La sicurezza ne beneficia in modo significativo: spostare 80-90% delle lavorazioni in fabbrica riduce in modo significativo i rischi in cantiere. Il

montaggio finale richiede meno operatori e meno tempo, con operazioni più sicure e controllate. È sulla sostenibilità che l'off-site fa la differenza. I sistemi a secco eliminano quasi del tutto l'uso di acqua in cantiere e riducono gli sprechi fino al 90%. Inoltre, gran parte dei rifiuti viene recuperata e riutilizzata, mentre l'acciaio impiegato è in larga parte riciclato e completamente riciclabile, anche infinite volte, senza perdere le proprie proprietà: un esempio concreto di economia circolare.

La precisione costruttiva garantisce infine edifici ad alte prestazioni energetiche, riducendo i consumi lungo tutto il ciclo di vita.

Collaborate stabilmente con professionisti di livello internazionale. Come nasce e si sviluppa il vostro rapporto con architetti e progettisti? Quali stimoli arrivano da queste collaborazioni e in che modo incidono sull'evoluzione dei vostri sistemi costruttivi?

Il dialogo con architetti e progettisti è per noi fondamentale. Non ci consideriamo semplici fornitori, ma partner di progettazione a tutti gli effetti, capaci di affiancare i professionisti fin dalle prime fasi di concept.

In Isopan collaboriamo stabilmente con studi di ingegneria, general contractor e architetti a livello internazionale, partecipando a progetti complessi in cui sostenibilità, efficienza energetica e sicurezza sono centrali. Grazie alle competenze integrate del Gruppo, siamo in grado di supportare i clienti nello sviluppo completo dei progetti.

Il confronto con progettisti è continuo e bidirezionale: da un lato mettiamo a disposizione la nostra esperienza tecnica, dall'altro raccogliamo stimoli che alimentano l'innovazione. Questo scambio ci permette di sviluppare soluzioni sempre più innovative e di esplorare applicazioni inedite dei nostri sistemi.

È un processo virtuoso, in cui la creatività progettuale incontra l'innovazione tecnologica. Spesso, infatti, dalle collaborazioni internazionali nascono utilizzi inediti dei nostri prodotti, aprendo nuove opportunità di mercato. Per questo investiamo in partnership e open innovation, rafforzando il dialogo con stakeholder e poli universitari di eccellenza.

Il tema della sostenibilità è centrale, sia nel processo costruttivo sia negli edifici realizzati. Qual è l'approccio di Manni Group sotto questo aspetto? Quali soluzioni concrete proponete oggi per ridurre l'impatto ambientale e aumentare l'efficienza degli edifici?

La sostenibilità per noi, non è una tendenza, bensì il driver principale delle nostre attività. Miriamo a contribuire alla riduzione dell'impronta di carbonio nel settore delle costruzioni, un

settore che è responsabile di circa un terzo delle emissioni globali di gas serra. Siamo convinti che nel mondo delle costruzioni risieda una straordinaria opportunità di contribuire concretamente alla lotta al cambiamento climatico e di favorire uno sviluppo sostenibile.

Il nostro approccio è olistico: le prestazioni di un'organizzazione sono inscindibili dal benessere del contesto sociale in cui opera e dall'impatto che genera sull'ambiente. Per questo il rispetto dei fattori ESG è per noi un requisito imprescindibile. Nel 2024 abbiamo ottenuto un ESG rating di 72,7 (CERVED Rating Solicited), confermando per il quarto anno consecutivo il nostro impegno verso trasparenza e responsabilità.

La circolarità è al centro del nostro modello produttivo: acquistiamo materiali con precise quote di riciclato e recuperiamo gli scarti di acciaio e lana di roccia per generare nuova materia prima. I nostri prodotti contribuiscono inoltre al raggiungimento delle principali certificazioni internazionali di sostenibilità degli edifici. Sul fronte delle emissioni, dal 2016 portiamo avanti un piano strutturato di riduzione dei gas climalteranti monitoriamo e rendicontiamo le emissioni di Scope 1, 2 e 3 con inventari verificate da terze parti. Abbiamo inoltre ottenuto l'approvazione dei nostri Science Based Targets, in linea con l'Accordo di Parigi.



Per quanto riguarda l'energia, nel 2024 abbiamo consumato circa 32.761 MWh, di cui oltre il 50% da fonti rinnovabili. Attraverso Manni Energy abbiamo inoltre prodotto 5.729 MWh di energia green, gestendo una potenza complessiva di 130 MW tra impianti fotovoltaici, biogas e mini eolici.

Manni Group è impegnata in un intenso programma culturale dedicato all'off-site. Collaborazioni con università, corsi internazionali, workshop e concorsi: può raccontarci questa attività e il vostro rapporto con studenti e giovani professionisti?

Crediamo che diffondere conoscenza sia essenziale per accelerare la transizione verso un'edilizia più sostenibile. Per questo, oltre al ruolo industriale, promuoviamo attivamente la cultura dell'off-site attraverso iniziative formative e culturali. Dal 2019 organizziamo il Manni Group Design Award, un concorso internazionale rivolto ad architetti e ingegneri, con l'obiettivo di diffondere l'utilizzo dei sistemi costruttivi a secco e stimolarne l'applicazione concreta. Il progetto ha coinvolto professionisti da tutto il mondo, contribuendo a creare un dialogo globale sul tema, anche grazie a una giuria di altissimo livello, tra cui Patrik Schumacher (Zaha Hadid Architects), Ben van Berkel (UNStudio), Stefano Boeri e Antonio Cruz.

Dal 2023, in collaborazione con YAC (Young Architects Competitions) proponiamo il Master in Off-site Technologies for Architecture, un percorso postlaurea avanzato per offrire a giovani progettisti competenze all'avanguardia nelle tecnologie costruttive off-site. Il percorso coinvolge docenti e professionisti di rilievo internazionale tra cui Giovanni De Niederhausern di Pininfarina, Claudia Romero di Politecnica, Giulio Rigoni di BIG Bjarke Ingels Group, Aser Giménez Ortega di MVRDV, Grazia Marrone del Politecnico di Milano.

La seconda edizione, conclusa a febbraio 2025, ha affrontato il tema della riqualificazione delle periferie urbane attraverso un laboratorio progettuale guidato da Nicola Scaranaro di Foster + Partners, in collaborazione con Urban Up – Unipol Group.

Il vostro ruolo di leader nell'off-site vi pone in una posizione privilegiata per cogliere in anticipo i cambiamenti che stanno ridisegnando il settore. Quali sono le grandi sfide che attendono le costruzioni nei prossimi anni? E come Manni Group si sta preparando per affrontare il futuro?

Il settore delle costruzioni sta vivendo una fase di trasformazione profonda. In questo contesto, avere una visione chiara è essenziale per orientarsi tra cambiamenti economici, politici e sociali.

La prima e più urgente sfida è la riqualificazione del patrimonio immobiliare esistente.



• convegno Master

In Europa abbiamo parchi immobiliari estesi, inefficienti ed energivori, tra le principali fonti di emissioni di CO₂.

Non è pensabile demolire e ricostruire: occorrono soluzioni capaci di migliorare drasticamente le performance degli edifici esistenti, supportando il real estate e i progettisti nel raggiungere un elevato valore di progetto.

Strettamente collegata è la sfida dell'affordable housing, oggi una vera emergenza sociale oltre che ambientale. È necessario offrire soluzioni costruttive che siano sostenibili, di qualità e accessibili. In questo contesto, l'off-site può svolgere un ruolo chiave, grazie alla sua capacità di ottimizzare i costi e garantire tempi certi attraverso l'industrializzazione.

La digitalizzazione rappresenta un'altra grande frontiera: l'integrazione tra BIM, automazione industriale e intelligenza artificiale sta ridisegnando radicalmente i processi di progettazione e costruzione, mantenendo però al centro la persona e la qualità architettonica.

Sul fronte della sostenibilità, la sfida è superare gli approcci incrementali per puntare a trasformazioni radicali: edifici carbon neutral o carbon positive, innovazione continua nei materiali e nei processi, prodotti e sistemi che contribuiscano concretamente al miglioramento degli impatti ESG.

Come ci stiamo preparando?

Dopo 80 anni di storia, guardiamo al futuro con la stessa passione e determinazione che hanno guidato le generazioni precedenti.

Proseguiamo nel percorso di internazionalizzazione e innovazione tecnologica, adattandoci ai diversi contesti e rafforzando le supply chain.

Continuiamo a investire in ricerca e sviluppo, sviluppando nuovi materiali e soluzioni, anche grazie a partnership con aziende, centri di ricerca e università. Stiamo potenziando inoltre le capacità digitali, integrando tecnologie di Industry 4.0 nei processi produttivi e sviluppando soluzioni dedicate alla riqualificazione degli edifici esistenti. Allo stesso tempo, esploriamo mercati emergenti dove l'off-site può avere un impatto significativo. Crediamo infine nel valore del dialogo con progettisti, istituzioni e nuove generazioni, fondamentali per co-creare soluzioni efficaci e sostenibili. In questo scenario, l'off-site, unito a un approccio collaborativo e a una visione integrata della sostenibilità, rappresenta per noi una risposta concreta alle sfide del settore.

ADDMIRA

Soluzione per facciata

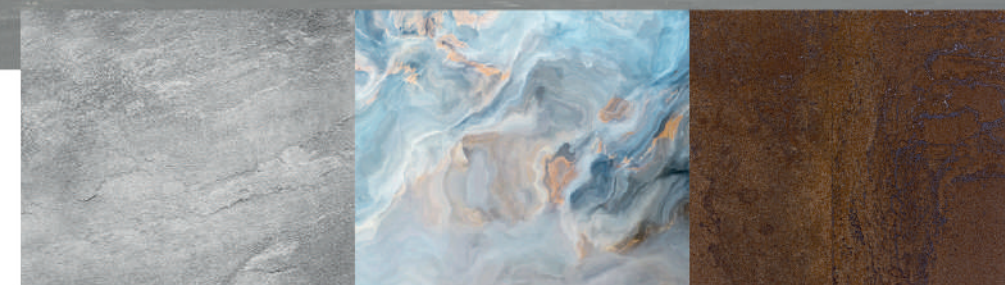
ADDMIRA di Isopan unisce la tecnologia dei pannelli sandwich a sistemi per il mondo dell'architettura e del design di facciata.

ADDMIRA consente la realizzazione di facciate dalle molteplici caratteristiche estetiche: colori, finiture e rivestimenti come gres, pietra, sughero.

L'orientamento verso l'assemblaggio off-site e la continua ricerca fanno dei sistemi ADDMIRA la risposta alle esigenze dell'architettura del futuro.



Scopri le diverse possibilità di personalizzazione per il tuo edificio utilizzando i sistemi ADDVision, ADDCross e ADDWind



Via A. Righi, 7 - 1 - 37135 Verona
+39 0457359111
isopan@mannigroup.com
www.isopan.it



Gruppobea

Oltre la distribuzione, un ecosistema dell'abitare

Un racconto dell'amministratore delegato Roberto Gatti

Incontro con **gruppobea**,
partner commerciale Frascio

Quando racconto la storia del gruppobea, non mi soffermo mai sulla semplice crescita dei volumi. Preferisco parlare di identità, di una visione che è maturata nel tempo, passo dopo passo, trasformando una realtà commerciale in un progetto culturale. Nel panorama milanese della distribuzione per l'architettura d'interni, ho sempre visto due strade: limitarsi a esporre prodotti o impegnarsi a costruire visioni. Noi abbiamo scelto la seconda.

Gruppobea nasce nel 1973 come agenzia di rappresentanza nel settore ceramico. L'azienda nasce in un'Italia che stava ancora definendo la propria cultura distributiva moderna, non esisteva la grande distribuzione organizzata come la conosciamo oggi; il mercato era frammentato e in trasformazione.

L'azienda muove i primi passi come agenzia di rappresentanza, ma ben presto ho compreso che il ruolo del distributore non poteva limitarsi alla pura intermediazione. L'evoluzione da agenzia a struttura di distribuzione diretta è stata per noi naturale e strategica. Oggi in gruppobea non ci limitiamo a distribuire materiali, ma interpretiamo la casa come un sistema unico.

Dalla merceologia all'ecosistema

Negli anni abbiamo ampliato l'offerta: idrosanitari, parquet, porte, maniglie, serramenti, cucine, arredo fino alle pergole bioclimatiche. Ma l'ampliamento merceologico è solo la superficie del



• particolare espositore Frascio

cambiamento, la vera trasformazione è stata culturale.

Ho spinto l'azienda a superare la "logica di prodotto" per abbracciare una "logica di ambiente" ridefinendo completamente l'identità aziendale. Non più categorie isolate, ma un sistema coerente.

La casa diventa organismo unico: ogni superficie dialoga con i volumi, ogni dettaglio è parte di un linguaggio complessivo. Questo approccio modifica tutto: struttura interna, layout espositivi, modalità di dialogo con architetti e imprese.

Lo showroom: dove la materia prende vita

Con oltre 6.000 metri quadrati espositivi tra Milano e Pero, il nostro gruppo rappresenta oggi uno dei poli più estesi e

strutturati del settore nell'area milanese.

Lo spazio di Via Stoffelter 31 supera i 3.000 mq e si configura come un percorso tridimensionale dove superfici, luci e dettagli costruiscono relazioni visive e tattili.

Altri 3.000 mq a Pero, di fronte al polo fieristico, ampliano ulteriormente l'offerta trasversale, dalle superfici ceramiche alle pergole bioclimatiche.

La dimensione fisica, tuttavia, è solo una parte del racconto. Gli showroom non sono contenitori di campioni, ma laboratori permanenti. Architetti e imprese li frequentano come luoghi di aggiornamento e confronto. In un mercato dominato dalla velocità digitale, io resto convinto di un principio: la materia va vissuta: una superficie deve restituire luce reale, un parquet deve comunicare calore al tatto, una maniglia deve avere un peso rassicurante nella mano.

- Roberto Gatti, amministratore delegato del gruppobea
- esterno gruppobea
- ingresso showroom gruppobea



Per questo i nostri showroom sono spazi di confronto, dove organizziamo eventi formativi (spesso legati a crediti professionali) e mettiamo a disposizione consulenti dedicati che affiancano i progettisti nell'aggiornamento continuo.

Lo showroom diventa così uno spazio culturale prima ancora che commerciale.

Partnership come modello operativo

Il 70% dell'attività del gruppobea è rivolto a imprese e progettisti. Il rapporto con il professionista è centrale e si fonda su un equilibrio preciso: gruppobea non si sostituisce al progettista, ma lo supporta. Per garantire continuità tra scelta e realizzazione, nasce una struttura dedicata all'installazione: House Project: non un semplice servizio di montaggio, ma una struttura con dieci squadre operative impegnate quotidianamente in montaggi e pose, dalle cucine ai serramenti, dalle pergole bioclimatiche alle grandi lastre ceramiche. Alcune categorie non possono essere vendute senza un'installazione altamente qualificata; in questo senso il servizio non è accessorio, ma presidio qualitativo a tutela del progetto. Il nostro modello integra consulenza, fornitura e posa, mantenendo chiara la distinzione dei ruoli. È questa chiarezza che costruisce fiducia e fidelizzazione: qualità del prodotto, prezzi allineati al mercato, servizio completo "chiavi in mano". Non è il prezzo più basso a creare continuità, ma la capacità di risolvere problemi.

• particolare espositore Frascio



Il dettaglio come dichiarazione di stile

Nel percorso di una ristrutturazione, la maniglia raramente è il punto di partenza. Arriva alla fine, dopo pavimenti, volumi, porte. Eppure è spesso il dettaglio che chiude la narrazione progettuale. La nostra selezione di partner segue un criterio rigoroso: la coerenza. Preferisco rinunciare a un'opportunità commerciale se questa non è in linea con il nostro posizionamento. L'identità viene prima del fatturato. Ogni brand è selezionato come parte di un linguaggio complessivo.

La collaborazione con Frascio dura da oltre venticinque anni, a testimonianza di una continuità progettuale e di una fiducia consolidata. Nel tempo, la percezione del brand si è trasformata: da proposta considerata più accessibile a protagonista del design di alta qualità, capace di confrontarsi con i competitor storici del settore.

All'interno dell'offerta di gruppobea, marchi come Frascio testimoniano l'evoluzione del segmento: da elemento accessorio a componente architettonico consapevole. Un'evoluzione sostenuta anche dal ruolo degli architetti, la cui conoscenza e sensibilità progettuale orientano sempre più spesso le scelte. Quando il professionista conosce il brand, ne rafforza la credibilità e ne suggerisce non solo l'identità, ma anche le singole soluzioni, in coerenza con il progetto complessivo.

Milano come osservatorio privilegiato

Operare a Milano significa confrontarsi con un mercato dinamico e internazionale. La città attrae fondi immobiliari globali, investimenti, progetti di rigenerazione urbana. Le periferie si trasformano, nuovi modelli abitativi emergono, la domanda di immobili di nuova costruzione è elevata.

In questo contesto, la mia strategia è chiara: investire continuamente. Ampliare, aggiornare, studiare le sovrapposizioni merceologiche, ridefinire layout e posizionamenti. Fare impresa oggi signi-



- logo gruppobea
- particolare espositore Frascio



fica reinvestire costantemente gli utili per costruire un'azienda capace di attrarre partner qualificati; imprese, architetti e committenza privata.

Nel resto d'Italia lo scenario appare meno brillante, ma proprio per questo la solidità del modello diventa un fattore distintivo. Alla base di tutto c'è un principio per me sacro: l'onestà intellettuale. Costruiamo relazioni di lungo periodo attraverso la trasparenza e un modo di fare impresa "pulito".

In un mercato spesso dominato dalla competizione sul prezzo, il gruppobea sceglie di costruire valore attraverso affidabilità, completezza dell'offerta e qualità della consulenza. Il modo di fare impresa è dichiaratamente pulito ed etico.

La sostenibilità non è una leva comunicativa, ma un percorso strutturato che coinvolge processi interni e visione futura.

Una distribuzione che diventa cultura

Nel racconto dell'amministratore delegato emerge una convinzione netta: la distribuzione contemporanea non può limitarsi a esporre prodotti. Deve interpretare il progetto.

Oggi il gruppobea incarna un modello distributivo evoluto: non un magazzino o uno showroom tradizionale, ma uno spazio culturale dell'abitare. Un luogo in cui architetti, imprese e committenza trovano un interlocutore capace di connettere materiali, tecnica e visione progettuale.

Perché la casa non è un insieme di elementi accostati, ma un sistema di scelte coerenti.

E noi siamo qui per renderle possibili.

PVD: non è solo una finitura. È una tecnologia che ridefinisce la superficie

Il **PVD** (Physical Vapor Deposition) è un processo avanzato che modifica le caratteristiche superficiali dei materiali attraverso la deposizione di sottilissimi film metallici in ambiente controllato.

Il risultato è una superficie più resistente, uniforme e performante nel tempo.

Negli ultimi anni, il PVD si è affermato come alternativa evoluta ai trattamenti galvanici tradizionali.

Una scelta guidata non solo da prestazioni tecniche superiori, ma anche da una maggiore attenzione ambientale: il processo avviene a secco, non utilizza sostanze chimiche tossiche, elimina la produzione di scorie liquide, riduce drasticamente il consumo d'acqua e limita le emissioni nocive.

Frascio è stata tra le realtà pioniere nell'introduzione del PVD nel settore delle maniglie, intuendone fin da subito il potenziale.

Da allora, l'azienda ha continuato a investire nello sviluppo di questa tecnologia, aggiornando costantemente processi e macchinari per perfezionare qualità, affidabilità e resa estetica.

Oggi il PVD rappresenta un elemento centrale nella qualità dei prodotti. Per questo, accanto alla produzione

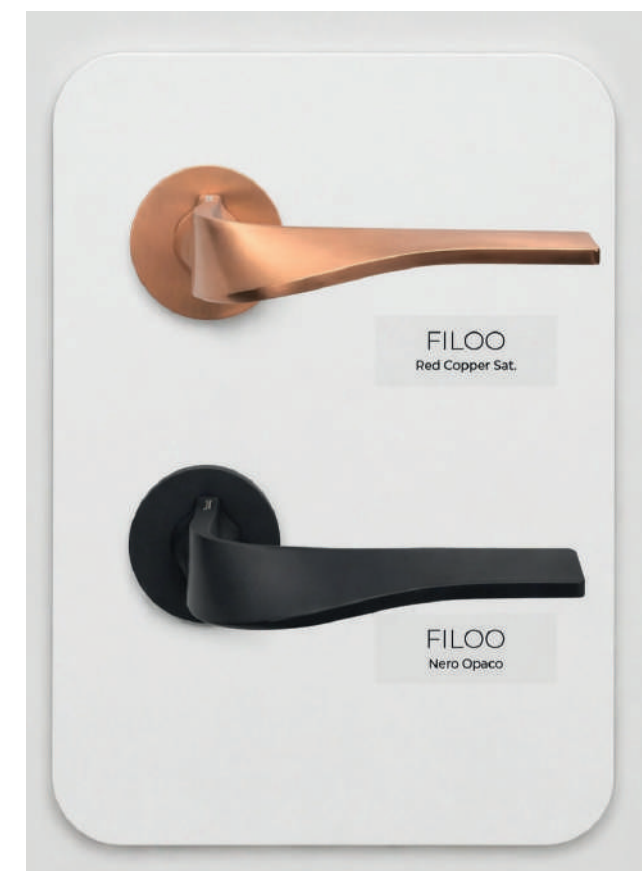
interna, nasce **Overskyn**, la divisione dedicata ai trattamenti superficiali conto terzi.

Attraverso Overskyn, Frascio mette a disposizione il proprio know-how collaborando con aziende e brand di diversi settori, in particolare nel mondo della rubinetteria, dove estetica, resistenza e affidabilità devono convivere in modo impeccabile. In questo ambito, il PVD diventa un vero elemento distintivo: una tecnologia capace di unire performance e design.

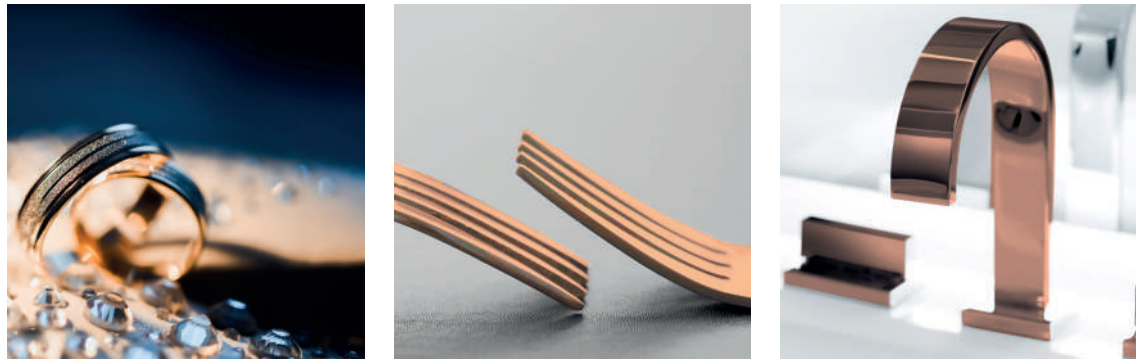
Con Overskyn, Frascio amplia il proprio ruolo: da produttore a partner tecnologico: perché oggi la qualità di un oggetto non si misura solo nel momento in cui viene scelto, ma nella sua capacità di durare nel tempo.

Superfici che resistono nel tempo

Gli oggetti di uso quotidiano, come maniglie e rubinetti, sono sottoposti a sollecitazioni continue: contatto, umidità, detergenti e variazioni di temperatura. In questo contesto, il PVD svolge un ruolo fondamentale: non si limita a migliorare l'estetica, ma crea una barriera protettiva che aumenta la resistenza all'usura e preserva nel



- espositore PVD Frascio - Caseltaly 2026
- finiture base PVD
- maniglia Filoo con finitura PVD Red Copper



• esempi di Applicazione PVD su prodotti in commercio

tempo la qualità del prodotto. Il deposito è uniforme e altamente aderente, garantendo superfici resistenti a graffi e abrasioni, stabili nel colore e protette da ossidazione e agenti chimici, con una resa estetica che rimane invariata nel tempo.

È anche nella rubinetteria che questa tecnologia esprime al massimo le proprie potenzialità. Acqua, calcare, detersivi e utilizzo intensivo mettono costantemente alla prova le superfici, rendendo il PVD una scelta progettuale essenziale.

Le finiture mantengono nel tempo uniformità cromatica, resistenza agli agenti aggressivi e integrità estetica, senza opacizzarsi, contribuendo allo

stesso tempo ad ampliare le possibilità espressive del prodotto.

Materia, luce, colore

Uno degli aspetti più interessanti del PVD è la sua capacità di ampliare il linguaggio cromatico del prodotto. Le superfici assumono una profondità materica e un carattere metallico distintivo, declinato in finiture lucide (brillanti e riflettenti) oppure satinato (più morbide e sofisticate). La palette è ampia e flessibile. Non si tratta semplicemente di colore, ma di materia: di come la luce interagisce con la superficie; di come il prodotto prende forma nello spazio e ne influenza la percezione.

• esempi di Applicazione PVD su prodotti in commercio



• lavorazione PVD nella sede Frascio
• finiture PVD prodotti Frascio e applicazione prodotti



INOXBRASS
lucido



INOXBRASS
satinato



INOXCHROME
satinato



LONDON NIGHT
satinato



RED COPPER
satinato

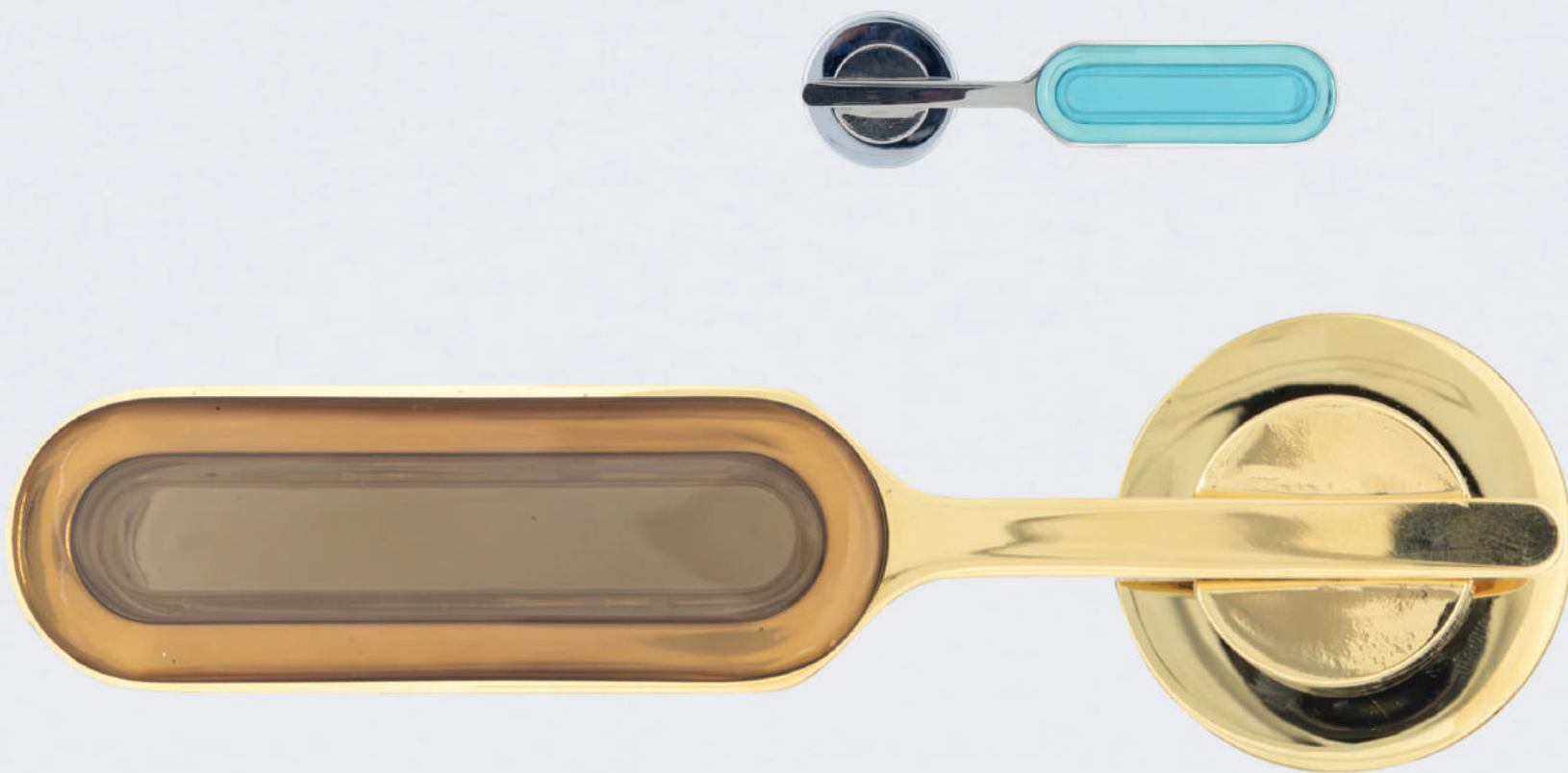


ANTRACITE
satinato

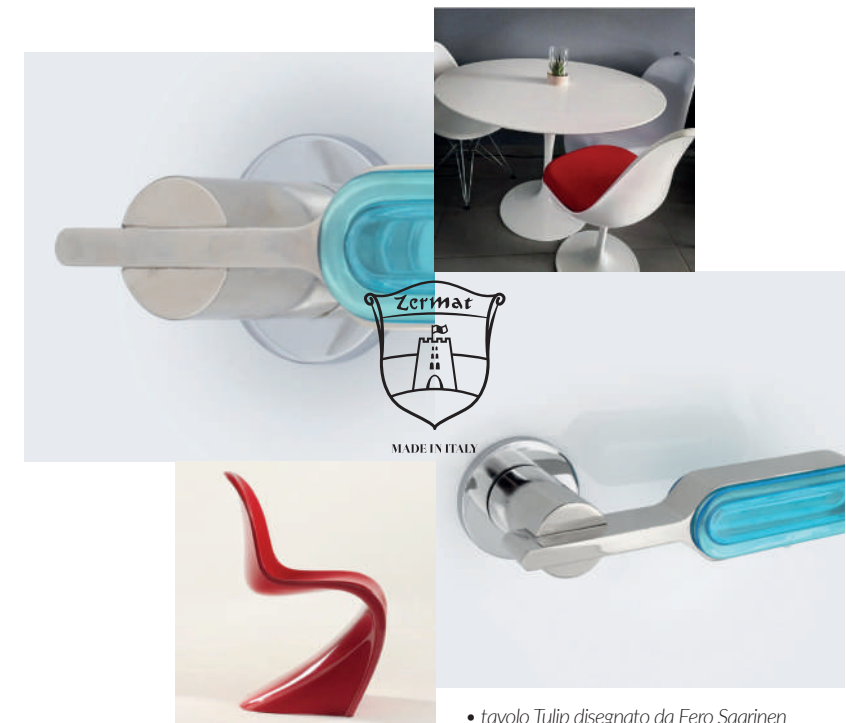




LUNA: UN SEGNO
DEDICATO ALLA
FANTASCIENZA
DEGLI ANNI '60.



LUNA



- tavolo Tulip disegnato da Eero Saarinen
- Panton Chair per Vitra
- dettagli maniglia Luna

PROGETTO LUNA Ricerca, visione e nuove possibilità dall'Atelier Zermat

All'interno della realtà Frascio, l'**Atelier Zermat** rappresenta molto più di un luogo di sviluppo prodotto: è un laboratorio di ricerca, uno spazio in cui esplorare nuove direzioni espressive e materiche, per creare prodotti capaci di unire precisione tecnica, valore estetico e visione contemporanea.

È proprio in questo contesto che nasce PROGETTO LUNA, una riflessione progettuale che affonda le sue radici nell'immaginario futuristico degli anni '50 e '60, un periodo storico in cui il design era fortemente proiettato verso il domani. Un'epoca in cui il futuro non era un'ipotesi, ma una promessa concreta, alimentata dall'innovazione tecnologica, dall'evoluzione dei materiali e dalla conquista dello spazio.

UN FUTURO IMMAGINATO, UN FUTURO RISCOPERTO

LUNA si ispira a quel momento irripetibile della storia del design in cui oggetti e arredi diventavano manifesti culturali: forme fluide, materiali innovativi, linguaggi radicali. Icone come la Panton Chair o il tavolo Tulip non erano semplicemente prodotti, ma visioni tangibili di un nuovo modo di abitare.

PROGETTO LUNA recupera quella tensione verso il futuro, rileggendola attraverso una sensibilità contemporanea. Non si tratta di un'operazione nostalgica, ma di

una ricerca che riattiva un approccio progettuale oggi spesso dimenticato: la capacità di immaginare forme nuove, non derivanti dal passato ma orientate verso scenari ancora inesplorati.

RICERCA FORMALE E SPERIMENTAZIONE

All'interno dell'Atelier Zermat, LUNA diventa un terreno di sperimentazione in cui forma, superficie e percezione dialogano tra loro. Il progetto si sviluppa come un segno essenziale, quasi sospeso, capace di evocare leggerezza e precisione al tempo stesso.

La ricerca si concentra su:

- nuove geometrie e proporzioni
- finiture capaci di amplificare la percezione tattile e visiva
- un equilibrio tra rigore tecnico e libertà espressiva

Il risultato è un oggetto che non si limita a rispondere a una funzione, ma diventa elemento narrativo all'interno dello spazio architettonico.

È un invito a ripensare il ruolo dell'oggetto: non solo componente funzionale, ma dispositivo culturale, capace di dialogare con l'architettura e contribuire alla definizione di nuovi scenari abitativi.

UNA VISIONE FRASCIO

Con LUNA, Frascio conferma il proprio impegno nella ricerca e nell'innovazione, valorizzando l'Atelier Zermat come incubatore di idee e progetti speciali. Un luogo in cui il design torna ad essere esplorazione, visione e racconto.

Alla scoperta del nostro partner in Cile

ITALINNEA: dal 1976 cultura del dettaglio, visione internazionale e il valore di una partnership che dura nel tempo

Dentro l'azienda: intervista a Alejandro Valdes Bucheli



• sede Italinnea Cile

Conoscere Italinnea: radici familiari, visione internazionale

Italinnea è prima di tutto una storia di famiglia. Fondata nel 1976, l'azienda nasce come progetto condiviso, costruito attorno a valori molto chiari: serietà, responsabilità e visione a lungo termine. La svolta arriva nel 1989, quando decidiamo di focalizzarci completamente nel settore della ferramenta per l'architettura. Non è stata una semplice spe-

cializzazione commerciale, ma una vera presa di posizione culturale.

Da quel momento l'obiettivo diventa preciso: portare nel mercato cileno maniglie e sistemi di chiusura capaci di dialogare con l'architettura contemporanea. Ricordo perfettamente quel periodo: eravamo io e i miei genitori, seduti attorno a un tavolo, a chiederci cosa mancasse davvero nel nostro mercato. L'analisi è stata chiara: c'era un vuoto nel mercato: mancavano maniglie e serrature di alto livello, con un design autentico e riconoscibile. Non bastava offrire un prodotto



• banner pubblicitario Italinnea maniglia Form Frascio
• Alejandro Valdes Balmaceda, Rosario Balmaceda, Alejandro Valdes Bucheli



funzionale che aprisse e chiudesse una porta, serviva offrire coerenza formale, identità estetica e carattere.

La scelta di guardare all'Italia è stata naturale. Il design italiano rappresentava, e rappresenta tuttora, un punto di riferimento culturale prima ancora che commerciale: ricerca sulle proporzioni, attenzione alla materia, equilibrio tra innovazione e tradizione.

È così che è iniziato un percorso che dura da oltre trent'anni: selezionare partner europei capaci di condividere la nostra stessa visione e importare prodotti in grado di elevare il progetto architettonico attraverso il dettaglio.

In questo cammino, le tappe più importanti non sono state solo i risultati economici, ma le relazioni costruite. Abbiamo sempre cercato fornitori europei seri, con una visione di lungo periodo, disposti a crescere insieme a noi. Per noi qualità significa coerenza, responsabilità, servizio impeccabile, significa fare le cose bene.

Oggi la nostra identità aziendale è chiara: selezioniamo esclusivamente prodotti che rispecchiano standard elevati di design, qualità dei materiali e affidabilità produttiva e pretendiamo lo stesso livello di impegno dai nostri partner.

Essere un'azienda familiare ha fatto la differenza. Significa mantenere un rapporto diretto con clienti e fornitori, costruire fiducia nel tempo, operare con disciplina finanziaria e rispetto degli impegni. È questa cultura interna che ha permesso a Italinnea di evolversi, adattarsi e crescere senza mai perdere la propria identità. Il mercato cileno ha attraversato negli anni diverse fasi. Dopo un primo periodo in cui il valore del Made in Italy era fortemente riconosciuto, l'attenzione si è progressivamente spostata verso prodotti più economici, principalmente asiatici.

Oggi, però, stiamo assistendo a un'inversione di tendenza: progettisti, architetti e designer stanno riscoprendo il valore della qualità, della durabilità e della materialità autentica.



• esposizione interno sede Italinnea Cile

C'è una nuova sensibilità verso prodotti capaci di invecchiare bene, di integrarsi in un linguaggio progettuale minimale e sofisticato. E il minimalismo, per noi, non è una tendenza recente: è parte del nostro DNA. Non è un caso che l'architettura cilena contemporanea si orienti verso linee pulite, proporzioni equilibrate e finiture essenziali ma profonde. È uno stile che sentiamo nostro fin dall'inizio: perché crediamo che anche il più piccolo dettaglio, se scelto con consapevolezza, possa contribuire in modo decisivo al carattere di uno spazio.

Una lunga collaborazione: costruire fiducia nel tempo

La nostra storia è indissolubilmente legata a quella di Frascio, è infatti tra le relazioni che hanno segnato la nostra crescita.

All'epoca non esistevano le email, scrivemmo una lettera, raccontando il nostro progetto e la nostra visione e la risposta fu immediata e sorprendente: non solo mostrarono interesse, ma ci offrirono una collaborazione completa con la concessione dell'esclusiva per il nostro Paese: un gesto di fiducia che ha definito l'inizio di una collaborazione che oggi supera i 36 anni.

Design, qualità a prezzi coerenti con il mercato e, soprattutto, serietà. È questo che ci ha colpito fin dall'inizio. In un settore come il nostro, la fiducia è tutto. Una partnership non si misura solo nei volumi di vendita, ma nella capacità di affrontare insieme i problemi, proteggere il mercato e costruire una strategia condivisa nel tempo. In oltre 36 anni di collaborazione, il rapporto non si è semplicemente mantenuto: si è rafforzato.

Oggi le maniglie Frascio rappresentano un importante pilastro della nostra offerta: nuove proposte di tendenza, finiture eleganti e sofisticate, mantenendo standard qualitativi elevati e un'identità riconoscibile. Per noi, le maniglie non sono accessori marginali: sono elementi che possono completare o compromettere un progetto. Una scelta sbagliata può spezzare l'armonia di uno spazio; quella giusta, invece, può sottolinearne il carattere con discrezione e autorevolezza.

Oggi i nostri clienti (architetti, interior designer, progettisti) cercano soprattutto estetica e finiture distintive: nero profondo, grafite, superfici invecchiate naturalmente, ottone opaco autentico. Vogliono matericità vera, coerenza tattile e visiva. Il valore del "Made in Italy", per una fascia di clientela evoluta, resta centrale. Non è solo un'indicazione geografica: è una garanzia culturale. È ricerca continua di nuove forme, nuove texture, nuove finiture capaci di anticipare le tendenze anziché inseguirle.



Guardando al futuro: costruire valore in un mercato competitivo

Il futuro del settore della ferramenta in Cile sarà sempre più competitivo. Il mercato cileno è estremamente sensibile al prezzo: i prodotti cinesi definiscono spesso il livello di prezzo di riferimento e negli ultimi anni si sono affacciati anche produttori indiani con qualità produttiva interessante a costi molto competitivi.

La sfida per il futuro è chiara: proporre nuovi modelli e finiture che dettino tendenza, mantenendo un equilibrio economico sostenibile: costruire valore, innovare senza perdere competitività.

Dal nostro punto di vista, c'è spazio per collezioni dal design contemporaneo e minimalista, con finiture autentiche, non verniciate per simulare il tempo. Esiste uno spazio di crescita per questo segmento, ma richiede flessibilità, anche

nei quantitativi minimi, per permettere ai progettisti di introdurre gradualmente nuove linee nei loro progetti. Personalmente, credo che il futuro del settore non risieda nella corsa al ribasso, ma nella costruzione di valore.

Dopo quasi cinquant'anni di attività e oltre tre decenni di specializzazione nella ferramenta per l'architettura, una cosa è certa: il mercato evolve, le tendenze cambiano, ma la cultura del progetto resta. È su questa cultura che continuiamo a investire, con la responsabilità di un'azienda familiare e la visione di chi è convinto che anche una maniglia possa fare architettura.

Le maniglie possono sembrare un dettaglio, per chi progetta, però, rappresentano un punto di contatto fisico con lo spazio, sono l'elemento che l'utente tocca ogni giorno. È lì che il design smette di essere forma e diventa esperienza.



ioArch

domus

COSE
di
CASA

MATRIX4DESIGN

Oltre la visibilità Costruire relazioni attraverso i contenuti

Nel panorama contemporaneo, comunicare non significa semplicemente essere presenti, ma costruire un dialogo.

Frascio sviluppa la propria strategia media con un obiettivo chiaro: entrare in relazione con architetti, progettisti e professionisti del settore.

Attraverso un sistema integrato che unisce riviste di settore, piattaforme digitali, con-

tentati editoriali e social media, il brand costruisce una presenza coerente e riconoscibile nel tempo.

La comunicazione diventa così un'estensione del progetto: racconta prodotti, ma soprattutto visioni, applicazioni e contesti reali.

Oggi, più che mai, il valore non è solo nella visibilità. È nella qualità della relazione.



Social Audience

L'obiettivo di Frascio è portare all'attenzione di clienti, architetti, progettisti e di tutti coloro sensibili al dettaglio nel mondo dell'abitare i temi più rilevanti che definiscono l'identità dell'azienda.

Accanto alle forme di comunicazione più tradizionali e dirette, Frascio sviluppa un dialogo strutturato con un selezionato panel di riviste e piattaforme digitali: interlocutori qualificati e autorevoli con cui costruire, nel tempo, una relazione solida e continuativa.

Attraverso il valore dei media, il messaggio Frascio raggiunge una comunità di professionisti e addetti ai lavori, creando occasioni di contatto e approfondimento su temi di interesse comune, con l'obiettivo di generare opportunità di business condivise.

La comunicazione si articola in diverse forme: pagine pubblicitarie, contenuti pubbliredazionali, inserimenti prodotti in rassegne editoriali, fino a format più dinamici come pillole video e conte-

nuti social, in un ecosistema integrato e coerente.

In uno scenario contemporaneo in continua evoluzione, Frascio affronta la sfida della comunicazione non solo investendo in risorse, ma soprattutto mettendo al centro il pensiero strategico. In questa prospettiva, l'azienda sta sviluppando nuovi progetti di comunicazione volti a valorizzare sia il proprio brand sia i partner: realtà che desiderano raccontare una realizzazione recente, la propria struttura distributiva o le competenze del proprio team di progettazione.

Frascio progetta e realizza maniglie ed elementi di chiusura, ma è nell'incontro tra prodotto, progetto e narrazione visiva che si esprime appieno il valore dell'esperienza: unica, distintiva, insostituibile.



Media Audience



- stand BAU - Monaco
- stand BIG5 - Dubai
- stand Frascio a Architect@Work - Milano e Roma

Presenza, Relazione, Visione

Saremo presenti a



Nel corso degli anni, Frascio ha ampliato progressivamente i propri orizzonti, affermandosi anche a livello internazionale.

Oggi il brand si distingue non solo per la qualità delle sue proposte, ma per la capacità di dialogare con contesti progettuali e culturali diversi, mantenendo coerenza e identità.

Un percorso costruito attraverso relazioni, collaborazioni e **una presenza sempre più strutturata sui mercati esteri**, che ha permesso all'azienda di

confrontarsi con esigenze, linguaggi e approcci differenti.

In questo scenario, **le fiere assumono un ruolo strategico**: non sono più semplici momenti espositivi, ma diventano luoghi di confronto.

Per Frascio rappresentano un'occasione concreta per entrare in relazione diretta con architetti, progettisti e partner internazionali, raccogliere stimoli e anticipare le evoluzioni del mercato.



- stand Frascio CaseItaly Expo 2026 - Fiera di Bergamo

Ogni partecipazione diventa un'estensione della visione aziendale: non una semplice presentazione di prodotto, ma il racconto di un approccio progettuale. Gli spazi espositivi si trasformano così in ambienti di dialogo, in cui materiali, finiture e soluzioni vengono osservati, toccati e compresi nella loro dimensione reale.

In un contesto sempre più globale e dinamico, la presenza fisica continua a rappresentare un valore fondamentale: perché l'innovazione nasce anche dall'incontro.

**CASEITALY
EXPO2026**

**ARCHITECT
@WORK**
ROME - MILAN

BAU

**THE BIG
DUBAI**

Una gamma, molte visioni dell'abitare



• esposizione maniglie Frascio showroom



- Boomerang
- Zoe
- Sigma
- Drop
- Interior
- Maniglione Form
- Eder
- Interior
- Quarto

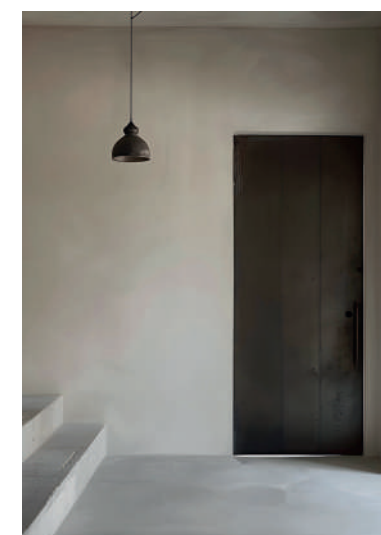
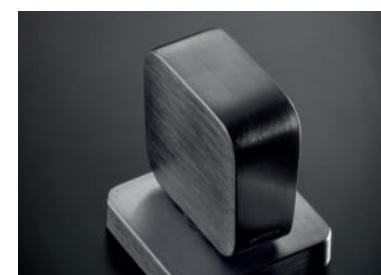


La forza di Frascio risiede nella capacità di offrire una gamma articolata e coerente: ogni collezione è pensata per rispondere a esigenze progettuali diverse, mantenendo coerenza, identità e continuità formale.

Dalle soluzioni più essenziali a quelle più espressive, ogni prodotto è progettato per integrarsi in un preciso linguaggio architettonico, contribuendo alla definizione dello spazio.

Materiali, finiture e tecnologie si combinano per garantire qualità, durata nel tempo e continuità estetica, offrendo strumenti concreti a progettisti e architetti.

Non si tratta di una semplice varietà, ma di una proposta strutturata: perché ogni progetto richiede una risposta specifica e ogni dettaglio contribuisce a costruirne l'identità.





m i n i m a
c o l l e c t i o n
c o l o u r t r e n d

