



Branża budowlana we Włoszech odpowiada za 9 procent PKB, podobnie wygląda to w innych krajach Unii Europejskiej. Mowa tu więc o olbrzymich kwotach, które są niezwykle ważną częścią krajowych inwestycji – wspomagających rozwój rynku, wzrost gospodarczy i zamożność mieszkańców. Przed branżą budowlaną stoi więc wiele wyzwań i szans. Dlatego też co dwa lata najważniejsi przedstawiciele sektora spotykają w na targach MADE expo w Mediolanie, by dyskutować o przyszłości, trendach technologicznych i wzorniczych, a także wymieniać się doświadczeniami minionych lat. Była to kolejna edycja, na której pojawiły się produkty marki WIŚNIEWSKI, która już od sześciu lat działa na rynku włoskim.

Targi MADE expo to najważniejsze tego typu wydarzenie we Włoszech. Między 13 a 16 marca Mediolan był nie tylko stolicą mody, ale również centrum innowacji, technologii i designu.

Mediolańskie targi w Milano-Rho ściągają gości z niemal całego świata i pozwalają na wymianę spostrzeżeń dotyczących kondycji branży nie tylko na Półwyspie Apenińskim, ale również całym kontynencie.

*– Całe Włochy żyją tym, co prezentowane jest na targach MADE expo. To tu branża budowlana wymienia się doświadczeniami i chwali osiągnięciami. Tegoroczna edycja jest dowodem naszych ambicji. Robimy kolejne ważne kroki w ramach czwartej rewolucji przemysłowej i poszerzamy naszą ofertę o zaawansowane produkty – mówi **Maciej Walencow**, Dyrektor Sprzedaży WIŚNIEWSKI na rynki Europy Południowej.*

MADE expo to jednak nie tylko przestrzeń dla producentów. Dedykowane wydarzenia i stoiska otrzymali również

architekci, projektanci i klienci ostateczni.

### Oszczędności i piękno

Zauważalnym trendem tegorocznej edycji było wyraźne zwrócenie się ku ekologii i efektywności energetycznej produktów. Jest to odpowiedź na realizowany na rynku włoskim projekt zwrotu kosztów zakupu rozwiązań poprawiających termoizolację budynków.

W ten sposób myślenia i tworzenia wpisuje się m.in. RenoSystem od marki WIŚNIEWSKI. Włosi już od kilku lat coraz więcej inwestują w odnawianie starszych budynków, a wymiana bramy garażowej pozwala im poprawić wygląd budynku i zwiększyć jego efektywność energetyczną.

### Nowości i sprawdzone rozwiązania

Na targach MADE expo WIŚNIEWSKI przedstawił produkty zarówno dedykowane posesjom i klientom indywidualnym, jak i te, które mają wspierać przemysł i biznes. Goście mediolańskich targów mogli zobaczyć bramę garażową PRIME, aluminiowe drzwi zewnętrzne CREO oraz ogrodzenie MODERN w kolorze MODERN MAROON z autorskiej kolekcji HOME INCLUSIVE 2.0.

Ogromnym zainteresowaniem cieszyła się brama składana V-KING, przesuwne bramy wjazdowe: PI130, PI120 oraz system GARDIA. Jednak prawdziwymi gwiazdami stoiska na MADE expo były dwa zupełnie nowe produkty z logo WIŚNIEWSKI.

*– Przedpremierowo zaprezentowaliśmy segmentowe bramy przemysłowe MakroPro 2.0 i MakroPro 2.0 ALU, które są całkowicie nowymi projektami na rynku i z pewnością zostaną zauważone przez konsumentów. Cieszymy się, że mogliśmy je pokazać w tak ważnym dla całej branży miejscu – dodaje Maciej Walencow.*

### WIŚNIEWSKI we Włoszech

Polacy i Włosi różnią się od siebie w sposobie bycia i myślenia. Jednak nawet w przypadku tak odmiennych nacji można dostrzec pewne uniwersalne potrzeby i oczekiwania. W Polsce i we Włoszech elementy domu muszą gwarantować bezpieczeństwo i komfort użytkowania – to podstawa dobrego produktu i fundament dla rozwoju innych cech i funkcjonalności.

Sześć lat obecności marki WIŚNIEWSKI we Włoszech jest dowodem, że perfekcja oraz wysoka jakość to cechy, które bez względu na kraj i epokę spotykają się z uznaniem klientów. WIŚNIEWSKI od 30 lat uznaje tę zasadę za rdzeń swojej działalności, równocześnie dbając, by uniwersalne rozwiązania każdy z odbiorców mógł uzupełnić o spersonalizowane elementy – wzory, kolory czy funkcje.



**newss.pl**

WIŚNIEWSKI na targach MADE expo w Mediolanie. Stolica mody stała się stolicą innowacji

---

**WIŚNIEWSKI**

[press box](#)