

7

marzo 2009

uponor più

Poste Italiane - Sped. in A.P. - Reg. Libero-Rovigo CPO

periodico di informazione, aggiornamento
e formazione a cura di

uponor

Editoriale

Crisi: un'occasione di cambiamento

Clima Uponsor

Isolamento ed exergia

Mercato

Cambielli Edilfriuli condivide la sua esperienza

Approfondimento

Le nuove regole della Detrazione 55%
per gli interventi di riqualificazione energetica
svolti a partire dall'anno 2009



Quick & Easy:
la giunzione
così semplice
che non sbaglia mai.

**Uponor ha creato
l'unico sistema di raccordi davvero infallibile.**

Quick & Easy è disponibile nei diametri
16, 20, 25, 32 e 40 con raccordi in ottone e in PPSU.
Giunzione installata in 25 secondi (diametro 16mm)



Solo chi conosce a fondo
il tuo lavoro può migliorarlo.

uponor
simply more

Crisi: un'occasione di cambiamento

di Sergio Bonalumi
Direttore Generale Uponor Italia

Uno degli effetti più devastanti dell'attuale crisi economica è, prima ancora del suo effetto reale ormai evidente, l'utilizzo giustificativo e auto-assolutivo che spesso se ne fa. C'è la crisi quindi...non investo, aspetto, mi fermo, non decido, non prendo l'iniziativa...tanto, se le cose vanno male, avrò sempre un buon motivo per giustificarmi, la crisi appunto.

Noi di Uponor non viviamo sulla Luna, e **affrontiamo come tutti le difficoltà e le incertezze del momento**. Lo facciamo però **con la fiducia nelle nostre capacità e con la serenità di chi propone in modo aperto e costruttivo ai potenziali partner (committenti, progettisti, installatori, grossisti) la possibilità di condividere progetti in grado di generare valore per chi intende operare con noi**. Per fare ciò, soprattutto in momenti come questi, è indispensabile essere determinati a costruire accordi condivisi basati su fatti concreti e una costruttiva e duratura relazione professionale.

E' il momento in cui la differenza la fanno le relazioni, gli impegni presi e rispettati fra aziende e fra persone, le scelte, il gusto dell'onestà e della responsabilità. Ed è proprio questa la nostra intenzione, costruire relazioni e collaborazioni solide e di reciproca soddisfazione, piuttosto che rincorrere o speculare su una singola situazione. Per arrivare a questo vale il detto che "gli affari si fanno in due": gli obiettivi si concordano, gli impegni si onorano, le scadenze si rispettano. Troppo semplice? Assolutamente no, e lo sanno tutti coloro che già lo fanno, ma funziona. E funziona soprattutto adesso.

Non aspettiamoci che siano altri a portarci fuori da questi tempi difficili, perché essi sono gli stessi che ci hanno condotto qui. Tocca a noi, a partire dal nostro lavoro quotidiano e dalle nostre relazioni professionali.

Un concetto implicito del termine crisi, che abbiamo utilizzato in occasione del nostro recente Sales Meeting, è quello derivato dalla sua origine dal greco antico di cambiamento. **Un momento di crisi è infatti un momento in cui le cose cambiano**, piaccia oppure no. Basta pensare ai grandi cambiamenti complessivamente positivi (a posteriori, letti sui libri) avvenuti storicamente, e alle grandi difficoltà affrontate da chi (a priori, vivendole) doveva affrontare il cambiamento.

Pensiamo ora a quanto spendiamo nella vita quotidiana per beni il cui valore è molto più effimero che reale. E poi confrontiamolo con qualcosa che ci interessa davvero molto, che ci sta molto a cuore, affetti personali a parte: la nostra casa. Il livello tecnologico delle nostre case è decisamente obsoleto rispetto al livello di tecnologia disponibile in termini di competenze ed accessibile in termini di costi. Progettare e costruire una casa o un edificio in modo tecnologicamente avanzato ha costi solo marginalmente superiori rispetto ad un edificio tirato su in fretta e furia. Tali costi, inoltre, sono ampiamente inferiori alla componente di speculazione che abitualmente gravita intorno alle intermediazioni immobiliari.

D'altra parte, in una casa più sicura sono meno probabili incidenti, una casa progettata con intelligenza consente notevoli risparmi sulle bollette di acqua, gas e luce, una casa ben costruita è confortevole per chi ci vive e non riserva sgradite sorprese a chi acquista. Non stiamo ancora parlando di edifici eco-compatibili, né di geotermia o di energia solare (argomenti dei quali, ben inteso, dovremmo occuparci molto di più in questo paese, senza aspettare di andare a traino degli altri). Stiamo riferendoci alla messa in sicurezza delle nostre case, agli impianti di distribuzione dell'acqua e del gas, all'impianto elettrico, ai sistemi di sicurezza, all'integrazione e automazione possibile dei vari impianti. Fantascienza? No, tutto ciò è reso disponibile da un insieme di tecnologie ormai molto consolidate, ma poco conosciute e quindi non adeguatamente valorizzate.

Ci sarebbero insomma le basi per una crescita sostenibile e duratura del sistema legato all'edilizia civile, commerciale ed industriale anche solo iniziando dalla messa in sicurezza degli impianti esistenti. Pensiamo invece al numero di transazioni commerciali di immobili che avvengono, a prezzi incredibilmente sempre in crescita, senza che vengano aggiornati o verificati gli impianti. Le cause di questa vera e propria auto-limitazione delle possibilità di crescita toccano tutta la nostra filiera: la progettazione e la costruzione di autentiche "violenze" estetiche e tecniche (basta osservare le nostre città al di fuori dei centri storici, qualcuna purtroppo anche nel centro storico), l'utilizzo di materiali di bassa qualità, la vendita di tali materiali, la mancata consulenza ai privati da parte degli installatori, la prassi speculativa che, in Italia in modo particolare, domina il settore delle costruzioni in generale.

I privati e gli utilizzatori finali sono la categoria che ha più di altri bisogno di essere informata sulle reali differenze tecnologiche ed applicative che si possono realizzare a livello impiantistico, sui costi e benefici ad esse legate per chi poi usa e vive l'edificio, sul vantaggio di utilizzare materiali di qualità, sulle caratteristiche e vantaggi di un impianto realizzato a regola d'arte. Succede però che spesso non hanno una conoscenza allargata di tutte le possibilità esistenti, ma non possiamo pretendere che siano loro gli esperti. Tocca a noi, diamo l'esempio: il valore inizia da noi stessi.

sergio.bonalumi@uponor.com

Isolamento ed exergia

Fonti energetiche

Estratti dal capitolo 6 di "Raffrescamento e riscaldamento mediante superfici radianti", 2008, Jan Babiak, Bjaren W. Olsen, Dúsan Petráš, Dario Flaccovio Editore, pp. 81-88, per gentile concessione dell'AICARR.

Usando una bassa temperatura dell'acqua (di 25-40°C) in fase di riscaldamento e una elevata temperatura (16-20°C) in fase di raffrescamento estivo è possibile usare fonti rinnovabili. È così possibile usare fonti rinnovabili di energia anche per raffrescare, per esempio scambiatori geotermici o accumulatori interrati di acqua piovana. L'esperienza ha mostrato che scambiatori di calore con il suolo non sono sempre affidabili poiché le caratteristiche di scambio di calore del terreno possono limitare fortemente la capacità di raffreddamento del sistema. A causa dell'alta inerzia termica, i TABS possono lavorare durante la notte, fatto potenzialmente positivo per impianti di raffrescamento ad aria, che può così essere in funzione con un valore più alto di COP durante la notte rispetto a quanto accadrebbe durante il giorno. Così, con un'unica macchina si può realizzare il condizionamento dell'aria primaria durante giorno ed il raffrescamento della struttura durante la notte.

Riscaldamento

Lo scopo principale dell'isolamento più consistente dell'involucro dell'edificio è quello di ridurre l'uso annuale di energia. Inoltre, l'approvvigionamento, la distribuzione e l'emissione del sistema di riscaldamento devono essere ottimizzati. Le differenze di resa di emissione nei diversi tipi di sistemi (radiatori, convettori, aria calda, pavimento e soffitto radianti) sono minime in case ben isolate. Usare sistemi a bassa temperatura in riscaldamento e ad alta temperatura in raffrescamento è positivo per le perdite di distribuzione e per l'efficienza del sistema di generazione del calore. La massima efficienza delle caldaie (specialmente delle moderne caldaie a condensazione),

delle pompe di calore e dei pannelli solari termici si raggiunge con il riscaldamento a pavimento.

Raffreddamento

Un sistema di raffrescamento a pavimento o a muro, ad alta temperatura garantisce un'efficienza più alta per una pompa di calore reversibile o per un chiller. Se la temperatura del suolo è circa di 1°C, è anche possibile raffreddare direttamente la superficie tramite uno scambiatore di calore con il terreno (con tubi nel terreno o nelle fondazioni) senza l'ausilio di una pompa di calore.

Una superficie radiante fredda può essere usata in combinazione con un sistema ad aria. Il sistema radiante asporta la maggior parte del carico sensibile, mentre al sistema ad aria è demandato il carico latente.



Al contempo, il punto di rugiada nell'ambiente sarà abbassato consentendo una capacità di raffrescamento più alta per il sistema a pavimento. Inoltre la temperatura più alta dell'acqua di ritorno (da 18°C a 20°C) del sistema a pavimento aumenta l'efficienza di una macchina frigorifera.

Riscaldamento e raffrescamento degli edifici a bassa exergia

Per creare un ambiente costruito sostenibile è di strategica importanza fare un'analisi dell'exergia. Il concetto termodinamico di exergia aiuta a quantificare meglio l'uso di energia negli edifici. L'energia consiste di due componenti: l'exergia è quella completamente convertibile negli altri tipi di energia (energia di pregio come l'elettricità e il lavoro meccanico) mentre l'anergia è quella parte dell'energia senza ulteriori possibilità di conversione. Il calore disponibile alla temperatura prossima a quella della stanza rappresenta l'energia di scarsa qualità e con potenziale di conversione molto limitato. Sistemi di raffrescamento e di riscaldamento a bassa exergia usano energia di basso valore che potrebbe essere fornita facilmente anche da fonti di energia sostenibili. Le comuni fonti energetiche come combustibili fossili forniscono energia di alta qualità. La classificazione di generi diversi di energia:

- Exergia pura: lavoro meccanico, energia elettrica (ed è possibile convertirle in ogni forma di energia);
- Mix di Exergia/Anergia: energia per riscaldamento e raffrescamento, energia interna, combustione fossile, è parzialmente convertibile in altre forme di energia;
- Anergia pura: si tratta di energia alle condizioni dell'ambiente circostante (nessuna ulteriore conversione è possibile).

Definizione di qualità e quantità di energia in termini di exergia

Entrambe le leggi della termodinamica descrivono l'uso effettivo di energia. La prima legge dice che l'energia non può essere distrutta, ma si conserva sempre. La quantificazione dell'energia è utile per la seconda legge della termodinamica che introduce il concetto di exergia.

La qualità dell'energia rappresenta la sua capacità di generare trasformazioni come descritto nell'esempio ben noto di Shukuya e Hammache (2002).

L'esempio mostra che lo stesso ammontare di energia (100 kJ) conservato in una batteria di una macchina da 12 V e in un kg di acqua scaldato a 43°C ha un diverso potenziale di conversione perché differisce pressoché di circa 14 volte quando è misurato in termini di exergia.

I 100 kJ dell'elettricità immagazzinati in una batteria da 12 V (2.3 Ah) – con più alto potenziale di conversione in potenza – è utile per esempio per far funzionare una macchina (il computer) o per accendere una lampadina di 40 W per 42 minuti. Mentre l'acqua calda a 43°C con 100 kJ ha possibilità molto limitate di essere utilizzata.

Questo paragone mostra come, con la definizione di exergia, l'energia sia definita in qualità e quantità.

Exergia calda e fredda

Shukuya dimostrò che l'ammontare di exergia contenuto in una sostanza (l'aria, ecc.) varia con la sua temperatura e con la temperatura ambientale. È anche ovvio che l'aria nell'ambiente di una stanza ha un certo ammontare di exergia quando la temperatura esterna è diversa. Quando la temperatura dell'aria interna è più alta di quella ambientale (l'exergia "calda"), l'aria ha l'abilità di disperdere l'energia termica contenuta dall'ambiente interno verso quello esterno, e quando la temperatura dell'aria interna uguaglia quella esterna disabilita il flusso.

Exergia radiante

Per un sistema radiante che opera con acqua (con grande superficie di emissione) a temperatura molto prossima alla temperatura della stanza (o alla temperatura delle altre superfici) – così chiamata bassa temperatura in riscaldamento/alta temperatura in raffrescamento – il trasferimento di exer-

gia radiante gioca un ruolo molto più importante. La quantità e la qualità di variazione di exergia in funzione della superficie furono calcolate da Shukuya e Hammache. Il calcolo mostra che un salto della temperatura di 10 K da 40°C a 30°C di un pannello radiante di 2 mq in una stanza a 20°C causa un calo di exergia "calda" da 9 W a 2 W. L'opposto avviene nel caso di una fonte fredda superficiale di 6°C: il pannello emette 4 W dell'exergia radiante "fresca" e se la temperatura della superficie aumenta da 6°C a 14°C l'exergia "fresca" diminuisce irreversibilmente da 4 W a 0,2 W.

Come migliorare il sistema a bassa exergia? L'exergia richiesta dagli edifici può essere minimizzata in questi casi:

- Usando isolamenti elevati e una ventilazione controllata ed efficace per decrescere l'exergia trasferita attraverso l'involucro dell'edificio;
- Con un buon involucro, usando risorse rinnovabili con exergia bassa per scaldare e raffrescare (pompe di calore);
- Usando pavimento, muro e soffitti radianti realizzando una diminuzione della differenza di temperatura nello scambio di calore.



Il Preformato Nero per il riscaldamento delle Residenze del Parco Santa Giulia

Il comfort radiante nel nuovo quartiere Milanese

Il nuovo quartiere nell'estrema periferia sud-est di Milano vicino alla stazione di Rogoredo è nato grazie al raggruppamento di cooperative e imprese. Un progetto ambizioso, per un centro residenziale che è costituito da trentacinque nuovi edifici di nove piani, che ospiteranno circa seimila abitanti.

Un progetto che non ha puntato solo sul cemento ma anche sulla vivibilità del quartiere. I nuovi edifici si affacciano, infatti, su un parco.

Una superficie lorda di pavimento di 153.262 metri, di cui quattromila dedicata ad esercizi commerciali ed il resto ad appartamenti. Sono questi i numeri delle Residenze di Parco Santa Giulia, che sulla parte meridionale converge su un polmone verde, arricchito da una passeggiata ciclo-pedonale. È chiaro, dunque, l'intento di rendere questo nuovo quartiere milanese un'area per famiglie, dove siano possibili anche attività legate al tempo libero, scongiurando il rischio che le residenze diventino un quartiere dormitorio. Cosa resa facilitata anche dal fatto che nelle strutture delle ex acciaierie Redaelli sono stati realizzati anche un asilo nido ed un centro civico.

L'attenzione verso il benessere a trecento-sessanta gradi dei futuri inquilini, non poteva che tradursi nella scelta di utilizzare per



buona parte degli appartamenti il riscaldamento a pavimento. La soluzione Uponor installata, il sistema Preformato Nero 30 e 11, è la sintesi dell'esperienza Uponor racchiudendo in sé la facilità di installazione, la completezza degli accessori e la sicurezza nei risultati in termini di comfort ambientale e risparmio energetico.

In particolare il Preformato Nero 30 con attenuazione acustica al calpestio garantisce, oltre al comfort termico, un benessere ambientale garantendo un'ottima insonorizzazione del pavimento.

La parola all'installatore

In lavori così estesi ed importanti non può mancare l'intervento e l'esperienza di una ditta installatrice che conosca bene gli impianti radianti e ne conosca vantaggi e corrette tecniche di installazione. In questo progetto se ne è occupata la Nuova Impianti spa. Con noi ha parlato il geometra Germano Mussi.

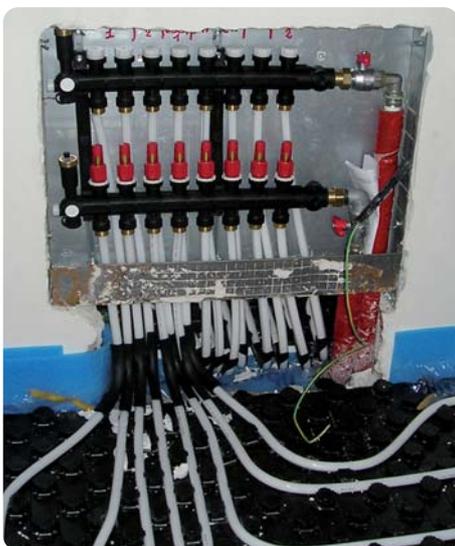
"La nostra ditta ha a che fare tutti i giorni con il radiante. Ormai è una tipologia di impianti che troviamo sempre più frequentemente nei cantieri. Sappiamo che il futuro è quello."

"Dal punto di vista dell'installazione, bisogna essere preparati, perché si possono incontrare dei problemi nel far partire un impianto - spiega Mussi - ma una volta fatto partire poi non ci sono più problemi. Dal punto di vista di chi lo utilizza, poi, è un risparmio su tutti i fronti: in termini di spazio recuperato, di minore manutenzione, nei consumi, e soprattutto è evidente la migliore qualità di calore prodotto."

Con trenta installatori e circa sessanta artigiani la Nuova Impianti opera prevalentemente nella zona di Milano, ma anche nelle province limitrofe di Cremona, Parma e Piacenza.

Scheda Lavori

- **Nome Progetto:** Residenze del Parco Santa Giulia
- **Descrizione:** Programma integrato d'intervento Montecity - Rogoredo
- **Data inizio lavori:** ott 2006
- **Data di fine lavori:** nov 2008
- **Tipo di edificio:** app. residenziali/commercio (nuova realizzazione)
- **Impresa edile:** Orion
- **Architetto:** Caputo partnership
- **Termotecnico:** Ing. Maria Cristina Campodonico Studio Chiaravalli
- **Installatore:** Nuova impianti spa
- **Agenzia:** Simply Water
- **Applicazioni Uponor:** Sistema Uponor Preformato Nero 11 e 30 e Collettori in PA



Collaborazione per il Porto Storico di Savona Fidia - Uponor: insieme per promuovere il comfort radiante

di Fabio Bresciani
Technical Leader Uponor

Il comfort termico dei sistemi radianti Uponor a livello del mare viene applicato ad una costruzione di altissimo pregio architettonico. Il nuovo complesso residenziale "Crescent" è situato nel porto di Savona integrato in un progetto di riqualificazione architettonica dell'area industriale ex-Italsider.

Fidia, developer di Millesimo, in provincia di Savona, ha aperto una partnership con Uponor per un progetto che unirà l'antico al moderno per una riqualificazione nello storico e prestigioso Porto di Savona. È obiettivo primario di Fidia promuovere l'innovazione tecnologica dal punto di vista architettonico strutturale ed energetico.

L'impiantistica a servizio di "Crescent" vede applicate le migliori tecnologie oggi disponibili con focus prevalente al risparmio energetico e al confort termico. Si spazia dalle pompe di calore alle caldaie a condensazione per la generazione dei fluidi riscaldati e refrigerati, stazioni di pompaggio a portata variabile gestiti elettronicamente, adduzioni agli impianti termici e idrico sanitari in materiale metallo plastico, sistemi di contabilizzazione dell'energia per ogni singola utenza, sistemi di ventilazione meccanica controllata per il ricambio dell'aria in ambiente e non da ultimo i sistemi radianti in riscaldamento e raffrescamento.

L'impiantistica meccanica perfettamente

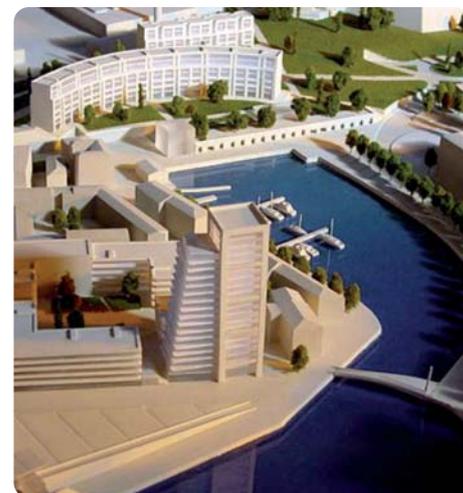


integrata con quella elettrica è sapientemente gestita da regolazioni elettroniche in grado di variare i parametri funzionali dell'intero sistema al variare della richiesta da parte dell'utente utilizzatore.

Particolare attenzione è stata resa anche alla struttura, realizzata con altissimo livello di isolamento termico e acustico; sono stati applicati cappotti di isolamento termico per le superfici opache, superfici vetrate a taglio termico e basso emissive, isolamenti acustici al calpestio e intradosso-interpiano. La filosofia Fidia riscuote grande consenso da parte di Uponor, da sempre promotrice dei concetti di "comfort" e "risparmio energetico"; per tale ragione in questo complesso progetto trovano applicazione i sistemi Radianti Uponor a pavimento, utilizzati per il riscaldamento invernale e il raffrescamento estivo. Le considerazioni tecniche e il particolare valore della realizzazione hanno

portato alla scelta del sistema Uponor riconosciuto come qualitativamente più elevato sia in termini di prodotto che di valore tecnico. Il pannello di isolamento e supporto Uponor Preformato Nero 30, la tubazione in Pe-xa del diametro di 17 mm e il collettore Uponor poliammide costituiscono il sistema radiante a pavimento. Il pavimento radiante è stato previsto su tutta la superficie disponibile con passi di posa di 10 cm, questo garantisce la distribuzione uniforme dell'energia in ambiente, sia in regime di funzionamento invernale che estivo. La gestione dei sistemi radianti è affidata a regolatori elettronici in grado di variare il regime di funzionamento del sistema affinché possa soddisfare la richiesta degli ambienti.

L'abbinamento tra una struttura particolarmente curata sotto l'aspetto termico e sistemi radianti Uponor attentamente dimensionati e performanti garantisce un risultato di alto livello; la percezione del confort sarà massima con grande soddisfazione da parte dell'utilizzatore.



Intervista con tre distributori

Cambielli Edilfriuli condivide la sua esperienza

Il 23 gennaio 2009 Edilfriuli ha partecipato al Corso Uponor Academy sulla climatizzazione radiante. Abbiamo colto l'occasione per ascoltare i responsabili di alcune filiali, chiedendo di parlarci del loro lavoro, dei loro clienti e delle prospettive per il futuro del campo della distribuzione idrotermosanitaria.

Il Gruppo Cambielli Edilfriuli è oggi il più grande gruppo nazionale di distribuzione di articoli idrotermosanitari. Con ormai 155 punti vendita in Italia e nell'Est europeo rappresenta oggi l'interlocutore privilegiato dell'installatore termoidraulico. Abbiamo avuto modo di parlare con Mauro Ceraolo, Matteo Saggiorato e Antonio Galvan, responsabili di filiale. Il rapporto con gli installatori, il momento di flessione del mercato e il concetto di qualità sono stati i principali argomenti di discussione.

"Nella nostra zona c'è un gran numero di installatori - spiega Saggiorato, responsabile di filiale di Poiano Maggiore (VI) - Con molti di loro sono riuscito nel tempo a creare un ottimo rapporto, che non si basa solo sull'accordo sul prezzo, ma anche sullo scambio di opinioni e sull'amicizia. Se loro sono contenti per il servizio si riesce ad avere informazioni sulla concorrenza. Avendo creato un rapporto di amicizia e fiducia, con alcuni clienti si può arrivare ad



Mauro Ceraolo
Responsabile filiale Padova Edilfriuli
L'esperienza di Mauro Ceraolo nel campo idrotermosanitario è ventennale, da quando nel '90 ha cominciato come magazziniere.

avere bisogno di pochissimi preventivi: sanno già i prezzi che pratico per loro e ordinano quindi direttamente il materiale".
"L'installatore tende ad essere sempre più professionale - dice Ceraolo, responsabile della filiale di Padova - e chiedere sempre di più un servizio. Il prezzo non è tutto: dal momento che tendono a non avere magazzino e ad appoggiarsi sempre più a noi, chiedono la disponibilità del materiale, risposte in tempi brevi e competenza. In più dopo Basilea2 (accordo internazionale sui requisiti patrimoniali delle banche, ndr) si è fatto sentire il problema della solvibilità, perciò cercano anche un supporto economico che cerchiamo di gestire al meglio".

In un ambiente competitivo e in continua evoluzione, non è pensabile per le aziende sopravvive-

re rimanendo delle isole. La sinergia con i partner e i fornitori è un aspetto imprescindibile.

Ceraolo spiega il suo approccio con i partner commerciali: "Cerchiamo innanzitutto con le agenzie di avere un rapporto diretto, perché partiamo dal presupposto che vogliamo fare un lavoro di gruppo, dove non si può distinguere tra la nostra attività e quella dell'agenzia. Ci deve essere sinergia concreta e particolare per garantire il servizio, la rapidità nella risposta e fare in modo che l'agenzia sia effettivamente per noi da tramite e da collegamento con la casa madre. Collaborare con i nostri partner-fornitori è anche l'indicazione che ci giunge dalla nostra direzione generale".

"Ci sono fornitori 'gerarchici' che vanno per la loro strada. - sottolinea Saggiorato - E ci sono di quelli che invece ti danno una mano. È con questi che si cerca di lavorare di più: quando hai un problema cercano di risolverlo. Conta molto anche la figura dell'agenzia, con alcune delle quali puoi avere un rapporto di amicizia e si prestano quindi ad aiutarti. Per esempio nelle consegne veloci, le cui richieste negli ultimi 2-3 anni sono sempre più frequenti, dato che l'idraulico si organizza meno e fa l'ordine da oggi al domani avendo problemi in cantiere che un tempo non aveva. Alcune ditte sono rigide, altre invece fanno tutti gli sforzi per consegnare il giorno dopo".

Creare basi solide con i fornitori, un buon rapporto con i clienti sembra essere una strategia vincente, soprattutto in un momento difficile come quello che sta vivendo il mercato dell'edilizia, e di conseguenza, anche quello dell'idrotermosanitaria. Il rapporto tra qualità e prezzo è un difficile equilibrio da ottenere.

"La qualità è un plus che deve essere da noi



Matteo Saggiorato
Responsabile filiale Poiano Maggiore (Vicenza) Edilfriuli.
Matteo Saggiorato lavora nel campo dell'idraulica da 10 anni: partito come magazziniere, da 3 anni è responsabile di filiale.



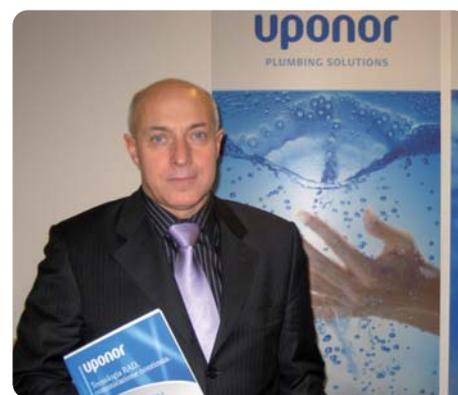
Antonio Galvan
Responsabile filiale Vicenza Edilfriuli
Vanta un'esperienza di 40 anni
nel campo idrotermosanitario.

biamento. Il prezzo è sempre una parte fondamentale dell'attrattiva. Noi siamo una struttura commerciale ma cerchiamo di far capire all'installatore che il prezzo non è al primo posto. Sfruttando solo l'argomento prezzo, sulla bilancia alcuni fattori vengono compromessi: il servizio, la qualità."

Un concetto ribadito da Saggiorato: "Il prezzo è fondamentale: ognuno ha più fornitori e fa i propri confronti. Ma passa in secondo piano se riesco e dare un servizio, per esempio portando in cantiere l'articolo che è stato ordinato un'ora o due prima al telefono."

Un'analisi mirata sul momento storico fatta da Galvan, responsabile di filiale di Vicenza, con decenni di esperienza alle spalle, getta ulteriore luce sulla questione: "Oggi il prezzo

ricopre l'80% del peso. Sono ormai pochissimi a guardare la qualità. Ma in questo periodo difficile, in cui gli installatori guardano a risparmiare dappertutto, anche sulle ore di manodopera, ci sarà una selezione naturale. Penso allora che in futuro, nel 2010, si tornerà a guardare con forza alla qualità".



Giovanni Battistella
Capo Area Edilfriuli per le province di PD-VI-VR

sfruttato, un modo per fidelizzare il cliente. - spiega Ceraolo - I nostri clienti più strutturati lo pretendono, mentre il classico idraulico-artigiano tende ad essere autonomo, restio al nuovo e ad accettare il cam-

I numeri di Cambielli Edilfriuli

- € 590.000.000 di fatturato consolidato (anno 2007)
- Ormai 155 Filiali distribuite in 14 regioni italiane e nell'Est europeo (Croazia e Slovenia)
- 800.000 articoli trattati di cui 100.000 a listino
- 1400 computer collegati in rete che garantiscono i collegamenti con le varie filiali e con i magazzini centralizzati
- i servizi: 400 automezzi aziendali a disposizione della rete di vendita
- l'organizzazione: 2000 collaboratori, costantemente formati ed aggiornati sulle innovazioni dei prodotti
- catalogo-listino multimediale

Cambielli Edilfriuli è una realtà in continua espansione...

- È dell'inizio dell'autunno 2008 la novità dell'acquisizione della società veneta Bacco Gino srl.
- Apre in Toscana a gennaio 2009, tramite l'acquisizione della storica azienda aretina Papini Spa, ad Arezzo.
- A febbraio 2009 diventa operativa anche la struttura di Montevarchi di Papini Spa, sempre con l'insegna della Cambielli Spa.

Da oggi contattarci non costa niente

uponor

Il nuovo Numero Verde
è a vostra disposizione.



Parla l'Agencia Data Rappresentanze

Le strategie di successo per un mercato competitivo

La Data Rappresentanze ha iniziato la propria attività nel mondo dei sistemi multistrato e sistemi radianti già nel 1999 con il marchio Unicor poi divenuto Uponor nel 2003, e con tale passaggio ha ottenuto l'ampliamento del proprio mandato anche ai marchi Wirsbo- Ecoflex e Politherm, oggi incorporati nel vasto catalogo Uponor.

È così iniziato un nuovo e stimolante percorso che ha dato modo all'agenzia di poter ampliare l'offerta alla clientela anche con sistemi e tubazioni in pex-a, pex-c, oltre che ad un vastissima scelta di sistemi radianti e tubazioni per teleriscaldamento.

L'agenzia Data Rappresentanze, dal 1990 presente sul mercato idrotermosanitario Toscano, ha sede a Pisa e collabora con Uponor per le province di Pisa; Livorno; Lucca; Massa Carrara; Pistoia. L'organico è composto da Federico Dapelo titolare dell'agenzia, Lorenzo Roventini e Carmelo Marchese, che collaborano per l'attività di vendita e promozione commerciale, Andrea Di Bugno addetto alla promozione tecnica su studi di progettazione ed installatori e supporto tecnico pre - post vendita su cantiere, Marco Fanelli, addetto interno all'ufficio per la gestione degli ordini e amministrazione. Con Federico Dapelo parliamo di come avere buoni risultati in un mercato fortemente concorrenziale.

Per aumentare le probabilità di successo, in un mercato competitivo, quale è il settore di nostro riferimento, quali sono le strategie che ritieni possano essere vincenti?

In effetti in questi ultimi anni il nostro mercato di riferimento è divenuto sempre più competitivo a causa probabilmente del fatto che molte aziende di produzione o commerciali hanno notato che si prospettavano ottime opportunità di crescita, e non si sono volute perdere l'opportunità, convertendo e/o ampliando la loro produzione oppure iniziando la commercializzazione di prodotti attinenti, per cercare di acquisire nuove fette di mercato o comunque di non perdere quelle che già avevano con altri prodotti/sistemi ormai in qualche caso, superati.

L'aumentare così vertiginoso dei competitori ha causato e sta causando una grossa confusione ed inflazione di mercato alla quale poi, se aggiungiamo, l'improvvisa ed inaspettata sino a qualche mese fa, crisi finanziaria internazionale, chiunque, ben difficilmente se la sentirebbe di

prospettare ricette per un mercato di successo. Bisognerà puntare senza dubbio sulle nuove tecnologie impiantistiche che oltre ad un maggiore benessere, possano portare a risparmi energetici anche considerevoli ed al conseguente rispetto ambientale. Nei prossimi mesi sarà fondamentale il mantenimento di ciò che si è costruito in passato attraverso iniziative mirate atte ad affiancare i nostri distributori nell'attività di sell-out, ma sarà altrettanto strategico individuare con precisione i potenziali fruitori delle nuove tecnologie per non disperdere risorse e per poter prima di altri cogliere le opportunità che ci si potrebbero prospettare.

La relazione con il cliente, considerare le Sue esigenze, ricercare la Sua soddisfazione, mantenere le promesse fatte, sono elementi che contribuiscono al successo?

La relazione personale è la base fondamentale per avere successo. Saper ascoltare, proporre e dare soluzioni, ma soprattutto collaborare intensamente per affrontare insieme le sfide che ogni giorno il mercato ci pone, sono punti indispensabili per un rapporto duraturo e di reciproca soddisfazione con la clientela.

L'agenzia e l'azienda da essa rappresentata dovranno sempre più trovare specifiche soluzioni adatte a soddisfare bisogni ben precisi della clientela, essere generalisti o superficiali nel gestire questo tipo di esigenze non fortifica il rapporto e porta ad un inevitabile allineamento dell'offerta a quella di altri concorrenti ed il cliente non sarà mai completamente soddisfatto. **È anche necessario condividere con i clienti le necessità che pervengono loro dai loro clienti e se necessario affiancarli per poter affrontare insieme sul campo le problematiche che ne derivano sia in ambito tecnico che commerciale. Altro punto fondamentale che si conquista nel tempo è la fiducia nella relazione.** Dare soluzioni in linea con le aspettative, mantenere gli impe-



gni presi, non fare promesse poi non mantenibili, sono da ritenersi punti fermi ed imprescindibili nel rapporto con la clientela.

“Il valore di un'organizzazione sta nelle persone che ci lavorano”: come conciliare questo principio con le sfide richieste dal mercato?

Devo riconoscere, che, anche a livello personale, (per quanto concerne l'esperienza diretta all'interno della mia agenzia) la crescita che abbiamo avuto in questi anni è in buona parte stata ottenuta grazie al magnifico ed affiatato team di collaboratori che lavora insieme a me. **La forza di un team sta certamente nelle motivazioni.**

Credo sia indispensabile che ognuno abbia la possibilità di divenire un po' manager di se stesso senza imposizioni, per poter poi sviluppare al meglio gli obiettivi che il team di comune accordo si è prefissato. Ogni componente del team di conseguenza è stimolato per quanto lo compete a mettere a punto tutte quelle attività e idee atte a risolvere le varie problematiche che deve affrontare giornalmente, per centrare il suo personale traguardo e poi condivide le esperienze fatte e i risultati raggiunti con gli altri colleghi. Avere autonomia nel compito svolto divenire imprenditori di se stessi permette di ottimizzare l'attività globale dell'organizzazione di vendita, ma anche di portare continui stimoli ed idee, grazie al conseguente continuo confronto e scambio di opinioni.

Consigli per l'attuale momento economico

La formazione per crescere in una economia in frenata

di Vladimiro Barocco
StudioCentro Marketing srl

È un fatto economico e non una questione di optional. Una carenza nelle capacità operative o di vendita porta a una perdita di soldi per mancate vendite o maggiori costi.

Quando le voci del mercato sono cattive aumentano le paure e cresce la difesa dei risultati di fine anno. Una delle prime domande che si pone un imprenditore è: "Dove posso tagliare i costi?". Si decurta la formazione e si riducono le attività di marketing mettendo ancora più a rischio i risultati aziendali perché avere un marketing che lavora, essere anche venditori capaci ti può fare la differenza tra sopravvivere e continuare a generare profitti.

È importante agire con intelligenza perché nel mercato continuano ad esserci clienti pronti a richiedere installazioni dalla vostra azienda anche se acquisire nuove commesse diventa più difficile.

Tutti riconoscono che la formazione è importante, ma allora perché rinunciarvi anche quando è gratuita? La risposta più sbrigativa che si riceve è: "Perché...non ho tempo". È soprattutto un problema di percezione della formazione, vista come un supporto importante, ma solo un supporto.

Tale percezione implica che la formazione venga considerata importante ma di sicuro non essenziale e quindi relegata al ruolo di possibile scelta e non di obbligo, necessità. Nella nuova difficile situazione competitiva la formazione dei collaboratori risulta una vitale componente della capacità di crescita dell'azienda. Se viene meno la voglia di fare formazione o di autoformarsi anche il reddito dell'azienda ne soffrirà. Quindi formazione uguale profitti.

Si può misurare la perdita di una mancata formazione? Conoscere la cifra della perdita dipende dal tipo di carenza e dalla sua gravità, ma senza dubbio una lacuna nella preparazione dei propri collaboratori costa denaro all'azienda. Oltre le mancate vendite vanno aggiunte altre componenti che concorrono alla perdita: un indebolimento del passaparola positivo, una riduzione della quota di mercato, un maggiore ricambio di clienti e degli stessi collaboratori sono solo alcuni esempi.



Foto Bonatti

Leggere fa guadagnare

J. Gitomer, autore del libro *Il Libretto Rosso del Grande Venditore*, edito da Sperling&Kupfer, afferma che è molto importante leggere perché "più si legge, più si ha successo". Leggere fa guadagnare perché fa capire, fa imparare, allarga le proprie conoscenze ed inoltre aiuta a cambiare, avere nuove idee e ottenere risultati.

La libreria di un venditore e imprenditore potrebbe contenere i libri indicati sotto. Non sono elencati per importanza perché questa è determinata da interessi personali.

Moi A., *Marketing di Successo*, Il Sole 24 Ore

Charan R., *La grammatica del manager*, Il Sole 24 Ore

Betterg F., *Come diventare un venditore meraviglioso*, Longanesi

Goldmann H.M., *L'arte di vendere*, Franco Angeli

Silvano M., *Successo nella vendita*, Hoepli

Boroni Grazioli, *Come vendere alle imprese*, Sperling&Kupfer

Michaelson G. A., *SUN TZU, Strategie per la vendita*, Etas

Carneige D., *Come trattare gli altri e farseli amici*, Bompiani

Hill N., *Le chiavi del pensiero positivo*, Gribaudo

Jaoui H., *Vivere a colori*, Franco Angeli

Alcuni sono stati grandi successi editoriali, altri godono di una invidiabile longevità visto che si ristampano da decine d'anni.

Benefici economici

Le nuove regole della Detrazione 55% per gli interventi di riqualificazione energetica svolti a partire dall'anno 2009

di Marco Soranzo

Esperto di risparmio energetico ESSE TI ESSE srl

La novità principale di questo inizio anno in merito al risparmio energetico è legata alla **Legge n. 2 del 28 gennaio 2009**, "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 29 novembre 2008, n. 185, recante misure urgenti per il sostegno a famiglie, lavoro, occupazione e impresa e per ridisegnare in funzione anti-crisi il quadro strategico nazionale di conversione del DL 185/2008 anticrisi".

La Legge è entrata in vigore il 29.01.09 e chiarisce definitivamente la questione delle modifiche alla disciplina della detrazione del 55% per la riqualificazione energetica degli edifici, introdotte dall'articolo 29 del Decreto Legge 29 novembre 2008, che tanta confusione e polemiche hanno sollevato negli ultimi due mesi del 2008.

La novità principale introdotta dalla Legge è relativa alla mancata retroattività della modifica del procedimento di richiesta dell'ottenimento della detrazione fiscale per gli interventi di riqualificazione energetica realizzati **nell'anno 2008**. Per questa tipologia di interventi non cambia nulla e si procede nel rispetto alla **Legge 24 Dicembre 2007, n. 244 (Finanziaria 2008)**: invio della richiesta all'ENEA e possibilità da parte del soggetto

richiedente di detrarre a scelta in rate da 3 a 10 anni.

Le nuove regole, contenute nel comma 6 dell'art. 29 della Legge n. 2/2009, sono valide invece per le spese sostenute a partire **dal 1° gennaio 2009**, e prevedono che:

- i contribuenti interessati alle detrazioni di cui agli articoli 1, commi da 344 a 347, della **Legge 27 dicembre 2006, n. 296 (Finanziaria 2007)**, fermi restando i requisiti e le altre condizioni previsti dalle relative disposizioni normative, inviano apposita comunicazione all'Agenzia delle Entrate;
- i termini e le modalità per l'invio della comunicazione saranno stabiliti con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate, da emanare entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione 2/2009 (**entro il 28 febbraio 2009**);
- con il medesimo provvedimento potrà essere stabilito che la comunicazione venga effettuata esclusivamente in via telematica, anche tramite i soggetti abilitati (di cui all'art. 3, comma 3, del D.P.R. 22 luglio 1998, n. 322);

• sempre lo stesso provvedimento stabilirà i termini e le modalità di comunicazione all'Agenzia delle Entrate dei dati in possesso dell'ENEA, ai sensi del D.M. 19 febbraio 2007;

• entro trenta giorni dall'entrata in vigore della legge di conversio-



ne 2/2009, il D.M. 19 febbraio 2007 sarà comunque modificato, al fine di semplificare le procedure a carico dei contribuenti;

- per le spese sostenute a decorrere dal 1° gennaio 2009 la detrazione dall'imposta lorda deve essere ripartita in **cinque rate annuali di pari importo**.

Per le spese del 2009 occorrerà quindi attendere circa un mese prima di conoscere i termini e le modalità per l'invio della comunicazione all'Agenzia delle Entrate e per capire in che modo i dati in possesso dell'ENEA saranno trasmessi all'Agenzia delle Entrate (se a cura dell'Enea o del contribuente).

Sempre tra un mese arriveranno le modifiche al DM 19 febbraio 2007 che speriamo semplifichino le procedure e gli adempimenti amministrativi a carico dei contribuenti.

Non rimane che fare un'ultima considerazione finale: sarebbe stato davvero un danno per l'economia, oltre che per rilanciare l'efficienza energetica in edilizia, non prorogare per gli anni 2009-2010 il provvedimento della detrazione del 55% per gli interventi di riqualificazione energetica che ha dimostrato la sua validità e ha portato innumerevoli benefici per moltissimi settori manifatturieri, per i progettisti, per gli installatori e per gli stessi utenti e cittadini.



Intervista con Lussy Orsières, venditrice della ditta Legnano Termosanitaria Spa

Formazione e rapporto con i clienti: la parola a una venditrice

L'ultimo corso dell'Academy Uponor del 2008, un approfondimento sui sistemi di riscaldamento e climatizzazione radiante dedicato a un gruppo di installatori della provincia di Milano, ha visto tra i protagonisti spiccare una venditrice, la cui presenza ha modificato il trend prettamente maschile tra tutti i rivenditori partecipanti.

Lussy Orsières, che opera nella sede di Marcallo con Casone del cliente Legnano Termosanitaria Spa nella provincia milanese, è stata una delle poche donne che hanno partecipato ai corsi dell'Academy Uponor, la prima tra i rivenditori. Un'ottima occasione, quindi, per poter far parlare uno dei nostri clienti e con un punto di vista al femminile in un settore che, a detta di molti, ancora oggi è dominato essenzialmente da uomini.

Originaria della Valle D'Aosta, ora residente nell'interland milanese, dopo anni di lavoro impiegatizio ha mosso i primi passi nel settore idrotermosanitario nel 2007, anno in cui ha iniziato la sua collaborazione con la Legnano Termosanitaria nell'ambito dell'ufficio commerciale. Una mansione che le ha

permesso di avvicinarsi ai clienti, attraverso i primi contatti al banco e che, poco alla volta, l'ha introdotta a pieno titolo nel "mondo immenso dei prodotti idraulici".

Spostatasi successivamente per un paio di mesi nel settore espositivo dell'arredo bagno, maturando un'esperienza interessante attraverso il contatto diretto con il cliente privato, ha nel frattempo conseguito l'esame abilitante alla professione di agente di commercio.

Dai primi clienti affidati direttamente dall'azienda, si è poi mossa verso la ricerca di nuovi potenziali "consumatori", lavorando direttamente sul territorio e presso la filiale in cui oggi opera.

1. Quanto sono importanti l'aggiornamento e la formazione continua per un venditore?

"Credo fortemente nella continua formazione e aggiornamento, sarebbe come togliere il carburante ad un veicolo, praticamente si ferma!".

2. Cosa chiedono oggi gli installatori ai loro rivenditori?

"Diciamo che, per quel poco che ho potuto vivere io in prima persona, l'installatore ha una continua necessità di informazione sia per le promozioni in essere, sia per le novità di prodotti e ovviamente chiede una buona collaborazione con lo stesso rivenditore".

3. Secondo Lei, cosa serve ad un installatore per realizzare un ambiente confortevole per le persone, ma anche funzionale e rispettoso dell'ambiente?

"Sicuramente i corsi per gli installatori sono importantissimi, così come le informazioni tecniche necessarie per realizzare un ottimo lavoro e, soprattutto, un'assistenza adeguata nel momento di difficoltà".

4. Lei è stata la prima donna tra tutti i venditori partecipanti all'Academy: il mondo dell'impiantistica è solo prettamente maschile?

"Di certo il mondo idraulico non è la maggior espressione del mondo femminile ma personalmente ritengo l'attività di vendita un'esperienza interessante e, in un certo senso, di crescita e arricchimento personale".



Lussy Orsières con l'Area Manager Nord Alfredo Vezzani e il Consulente Tecnico di zona Tiziano De Capitani

Uponor chiude con successo la partecipazione a Klimahouse 2009

36.000 sono stati i visitatori che hanno raggiunto l'edizione 2009 di Klimahouse, la fiera dell'efficienza energetica e della sostenibilità in edilizia, in programma a Bolzano dal 22 al 25 Gennaio.

Anche quest'anno Uponor non ha potuto rinunciare all'appuntamento, esponendo nello stand del suo partner Innerhofer. Quattro giorni molto intensi sono stati quelli che hanno visto impegnati Uponor insieme all'agenzia di zona Proklima. In uno stand rinnovato e arricchito, con in evidenza le principali soluzioni Uponor Clima, i

visitatori sono stati moltissimi, attirati dalla climatizzazione radiante che sempre di più segna il futuro di questo settore.

Un'indagine condotta dagli organizzatori ha rivelato che l'81% dei visitatori proveniva da fuori provincia, per la maggior parte da Lombardia, Veneto e Trentino, ma quasi un 20% anche dalle regioni del Centro - Sud Italia e dall'estero.

"Sono rimasto del tutto stupito quando, domenica pomeriggio, è giunta in fiera una piccola delegazione dalla Mongolia", afferma Reinhold Marsoner, Direttore di Fiera Bolzano.

"Una notizia alquanto esotica questa, rimarcata dal fatto che, le otto persone giunte da così lontano hanno confermato di aver intrapreso il viaggio proprio per visitare Klimahouse", conclude Marsoner impressionato che il marchio "Klimahouse" sia giunto così oltre confine.

La fiera di Bolzano chiude, dunque, con soddisfazione anche questa edizione, rinnovando l'invito per il 2010, mentre si prepara per la sua versione itinerante.

Dopo Roma nel 2008, ad ottobre Klimahouse si sposterà a Bastia Umbra.



Uponor riceve due nomination ai Marketing Awards di Edilportale

Torna l'appuntamento annuale con gli Edilportale Marketing Awards, i premi all'eccellenza nel marketing e nella comunicazione pubblicitaria dedicato ai settori Edilizia ed Architettura, giunti alla loro terza edizione. Per l'edizione di quest'anno Uponor ha ricevuto la nomination in due categorie, concorrendo per l'assegnazione del titolo di Migliore Ufficio Stampa Aziendale e di Migliore Magazine Aziendale per Uponor Più.

Uponor più n. 7 - Marzo 2009

Rivista trimestrale - Iscrizione al Tribunale di Rovigo, n. 7/2007 Reg. Stampa

Direttore Editoriale: Sergio Bonalumi - *Direttore Responsabile:* Lucio Taschin

Redazione: Mariella Andreasi, Sara Colognesi, Enrico Giribuola, Lorenza Minzoni, Marco Vallini

Hanno collaborato: Vladimiro Barocco, Fabio Bresciani, Marco Soranzo

Produzione editoriale: www.gieffeedizioni.it

Contatti: Uponor Srl - Via Leonardo da Vinci, 418 - 45021 Badia Polesine (RO)

Tel. +39 0425 596811 - Fax +39 0425 596899 - uponorpiu@uponor.it - www.uponor.it

<http://web.uponor.it/news/> il link per abbonarsi gratuitamente alla newsletter di Uponor

Stampato su carta Revive 50:50.



Uponor

SEDI

Sede Nazionale: Via Leonardo da Vinci 418 - 45021 Badia Polesine (RO) - Tel. 0425 596811

Filiale: Viale Kennedy 19 - 20059 Vimercate (MI) - Tel. 039 635821

AGENZIE IN ITALIA

Valle d'Aosta: Erreclima s.a.s. - Tel. 011 9038782

Piemonte: CN, AT: Giuseppe Aresca - Tel. 0171 67153

TO: Erreclima s.a.s. - Tel. 011 9038782

NO, VB, VC, BI, AL: Busca Marco - Tel. 0382 482495

Liguria: Emmerre S.n.c. - Tel. 0185 263030

Lombardia:

MI, VA, LC, SO, CO, PV, LO: Estesa S.a.s. - Tel. 02 91082248

CR, BG, BS, MN: Simply Water S.r.l. - Tel. 0523 606290

PV: Busca Marco - Tel. 0382 482495

Trentino Alto Adige:

Proklima S.r.l. - Tel. 0471 052300

Veneto:

VR: Perbellini Rappresentanze

Tel. 045 6661692

PD, RO, VI:

Emmegi - Tel. 049 657818

Friuli-Venezia Giulia:

Dalla Davide - Tel. 0432 511972

Emilia Romagna:

RN, RA, PR, FC, FE (no Cento):

Eurostrada s.r.l. - Tel. 0549 909715

BO, RE, MO, Cento: Polmac S.a.s. - Tel. 051 404744

PC: Simply Water S.r.l. - Tel. 0523 606290

Toscana:

FI, PO, AR, SI, GR: Fabrizio Salvatore - Tel. 055 2374353

PI, LI, MS, LU, PT: Data Rappr.ze S.n.c. - Tel. 050 985032

Marche: Mataloni Stefano - Tel. 348 3822394

Umbria:

Morelli Massimo - Tel. 0744 300900

Lazio:

Toso S.n.c. Rappr. - Tel. 06 50914052

Sardegna:

Nuova Sardaria - Tel. 070 42300

Abruzzo - Molise:

D.N.P. S.n.c. - Tel. 085 4971602

Campania:

Nicola de Simone - Tel. 081 5267183

Puglia: BA, BR, LE, TA: Cariglia Giacinto - Tel. 080 5494138

Basilicata, FG: Lobozzo Giampaolo - Tel. 0881 639327

Calabria: Citraro Leonardo - Tel. 0961 951618

Sicilia:

EN, ME, CT, SR, RG: Bonanno Rappr. S.a.s.

Tel. 095 374903-095 374904

PA, TP, AG, CL: MG Group S.r.l. - Tel. 091 552553-091 552689



Sistemi Radianti Clima Uponor: il comfort, come deve essere.

Le soluzioni Uponor a pavimento, soffitto e parete riscaldano e raffrescano ogni tipo di edificio, nuovo o da ristrutturare, in modo uniforme e naturale. **Per avere la temperatura ideale tutto l'anno, in silenzio, senza occupare spazio e risparmiando energia.**



Uponor, la tecnologia che non si vede, ma si sente.
www.uponor.it

uponor
simply more