

8

giugno 2009

uponor più

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

periodico di informazione, aggiornamento
e formazione a cura di

uponor

Editoriale

Remare contro corrente

Clima Uponor

La tecnologia Uponor per il Museo
all'avanguardia di San Francisco

Acqua Uponor

MLC Sistema modulare

Mercato

Le regole della vendita

Approfondimento

Il nuovo sito dell'Enea
e il modello dell'Agenzia delle Entrate



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

Remare contro corrente

di Sergio Bonalumi

Direttore Generale Uponor Italia

Ormai prossimi alla metà di un anno molto particolare, possiamo provare a fare qualche riflessione. I primi due mesi dell'anno praticamente è come se non fossero esistiti. Tali e tanti erano la paura, il disorientamento, l'ansia che la grande maggioranza degli operatori del mercato si è astenuta dall'agire o dal decidere (salvo per l'acquisizione di qualche beneficio o incentivo governativo). Questa generale "sospensione" dell'azione" deriva certamente da componenti economiche oggettive, che sappiamo essere più legate a logiche finanziarie che industriali, ma è anche stata amplificata dall'onda mediatica che ci ha investito, tutti i giorni senza tregua, a partire dal secondo semestre dello scorso anno.

Se separiamo i due aspetti, quello finanziario e quello del valore aggiunto derivato dal lavoro le considerazioni sono molto diverse. Sul primo sarò molto drastico: la finanza, ancora di più a seguito delle transazioni online, si fonda sull'aspirazione all'accumulo (termine da prendere qui senza accezioni negative, ma nel senso di speranza di aumentare il proprio patrimonio). Tutti coloro che investono, soprattutto se in strumenti derivati o in obbligazioni dai nomi o dalle provenienze improbabili, lo fanno per ottenere un rendimento superiore a quello ottenibile sul mercato, assumendo per questo rischi maggiori. La scelta, ripeto, è legittima: altrettanto legittimo è però il diritto degli altri (cioè di chi ha investito in aziende o nel proprio lavoro) di non dover farsi carico socialmente di chi si è preso i rischi eccessivi impliciti in questi tipi di investimento. Ci sarebbe qui da discutere del ruolo delle banche, e dell'uso che esse fanno delle risorse dei correntisti, ma apriremmo un tema non esauribile in poche righe.

Per quanto riguarda il mondo più vicino al valore che viene dal lavoro (di un professionista, un artigiano, un'impresa, ecc...) siamo di fronte ad un netto calo dei consumi e degli investimenti, tale da compromettere decisamente le ambizioni di risultato e di profitto del 2009 per molte aziende. Ridurre il profitto non significa però non guadagnare o fare perdita, significa guadagnare meno degli anni precedenti, oltre che essere stimolati a rivedere criticamente problemi e strategie. Questo è parte fisiologica dei cicli economici che, contrariamente a quanto tendono a farci credere in molti, non procedono sempre in modo retto e univoco verso la crescita e l'espansione. Storicamente, e non in modo regolare o facilmente prevedibile, avvengono fasi negative, e ciò è in qualche modo riducibile al fatto che la domanda di beni e servizi non può continuamente ed indefinitamente crescere. E certamente non può farlo in assenza di radicali innovazioni (tecnologiche, di processo, di mercato), in grado di cambiare in profondità utilizzo e funzione di beni e servizi.

La riduzione dei consumi ha però un limite inferiore, come tutti si sono accorti dopo i due mesi di "sospensione": pur in una situazione difficile, di crisi ed incertezza, ci accorgiamo che possiamo modificare le nostre abitudini, ma fino ad un certo punto. Riduciamo i consumi, posticipiamo gli investimenti, ma alla fine ci sono cose che fanno parte integrante della nostra vita di individui o di imprese alle quali non rinunciamo.

In Uponor Italia, abbiamo cercato in questi mesi di impostare un lavoro mirato, selezionando gli interlocutori disponibili per pianificare insieme le azioni più adeguate al momento. Abbiamo trovato molti interlocutori attenti e avviato diverse iniziative. Inoltre, **notevole successo ha avuto il nostro nuovo Numero Verde (sia per le iniziative commerciali in corso, che per approfondimenti tecnici).** Altrettanto interesse hanno destato le nostre iniziative (presentazioni tecniche e promozione commerciale) a supporto di Quick&Easy, sistema innovativo e già molto diffuso in alcuni altri paesi europei, per la realizzazione di sistemi di conduzione di acqua ad uso residenziale. In questo ambito, **abbiamo registrato apprezzamenti significativi da parte degli utilizzatori, con la richiesta di estendere la disponibilità del prodotto sul territorio nazionale e il livello di comunicazione e di informazione tecnica.** Invito che con piacere discuteremo con i nostri distributori. Remare contro-corrente è certamente molto impegnativo e faticoso, ma certamente ciò ci permette di costruire il nostro futuro senza aspettare che sia scritto da altri.



sergio.bonalumi@uponor.com

Raffrescamento e riscaldamento

Applicazioni dei sistemi radianti

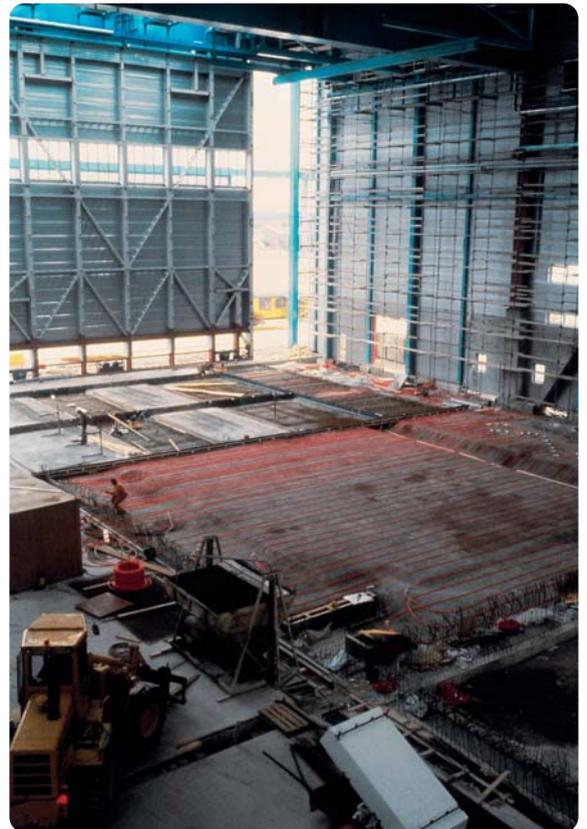
Estratti dal capitolo 9 di "Raffrescamento e riscaldamento mediante superfici radianti", 2008, Jan Babiak, Bjaren W. Olsen, Dūsan Petrāš, Dario Flaccovio Editore, pp. 107-125, per gentile concessione dell'ACARR.

I sistemi radianti sono usati per scaldare e raffreddare in vari tipi di edifici.

Principalmente i sistemi a pannelli radianti a soffitto sono usati uniti ad un sistema ad aria in edifici ad uso non residenziale. Il sistema può funzionare con una potenza di raffrescamento abbastanza alta che è però limitata dalle condizioni previste per evitare l'asimmetria radiante ed il rischio condensazione. I **sistemi radianti inglobati nel pavimento e/o nel muro** sono assai diffusi in edifici residenziali, soprattutto in edifici mono e plurifamiliari, grazie alla possibilità di recuperare lo spazio liberato dal conficcare i tubi nella struttura. Il sistema è appropriato per spazi con carichi in riscaldamento pari a 10 -40 W/m² e in raffrescamento di 10 -40 W/m². L'aver una superficie calda è comoda per bambini che giocano sul pavimento. L'assenza di radiatori evita pericoli in stanze occupate dagli anziani e dai bambini. I sistemi a muro possono porre dei limiti nella disposizione dei mobili e nella collocazione di quadri a muro. I sistemi di raffreddamento a pavimento in

spazi colpiti dalla luce solare diretta raramente possono giungere rapidamente a capacità di raffreddamento superiori a 100 W/m², se gli ambienti non sono ombreggiati ma esposti direttamente. I **sistemi radianti a pavimento per spazi alti** (grandi spazi industriali, chiese) assicurano un'uniforme distribuzione del calore e un profilo di temperatura uniforme nello spazio occupato. Il calore accumulato nel pavimento di un hangar di aereo può scaldare ancora lo spazio dopo circa mezz'ora dopo che l'aereo è uscito e le porte sono state chiuse. I sistemi con una apparecchiatura conduttiva o con micro tubi richiedono un pavimento sottile e possono essere usati per il recupero degli edifici, così come per edifici leggeri (per es. legno). In strutture leggere con poca massa termica è consigliata l'installazione di TABS con

PCM. Un pannello di PCM dello spessore di 5 cm è capace di immagazzinare la stessa energia di una lastra in calcestruzzo di edifici non-residenziali multi-piano. Sono inoltre presenti esempi di applicazioni per ospedali, musei, stanze per lo spettacolo, scuole, biblioteche. I TABS sono appropriati per edifici con carichi di raffrescamento sino a 40-60W/m².



In edifici con carichi sui 60 W/m² l'installazione di un sistema convettivo e complementare per raffrescare è richiesta per fare fronte ad eventuali e repentini cambiamenti di carico termico. I TABS non sono completamente adatti come unico sistema di condizionamento termico in case monofamiliari, dove l'utente può volere ridurre il livello di temperatura nelle camere da letto, durante il giorno, quando non sono occupate. In quel caso un sistema supplementare per il controllo puntuale è da considerarsi necessario.

Un'applicazione Uponor: aeroporto internazionale di Bangkok

Ufficialmente aperto a settembre 2006, l'aeroporto di Bangkok, con un flusso annuale di 30 milioni di passeggeri, prevede un aumento futuro sino a 100 milioni di passeggeri. L'aeroporto internazionale di Bangkok è condizionato tramite una superficie di pavimento che raffredda il sistema in combinazione con un sistema di ventilazione a dislocamento. I suoi 150.000 m² di area di pavimento raffreddato sono considerati come la più ampia applicazione del mondo, comparabile a 20 campi da calcio. Con una lunghezza di 440 m, un'ampiezza di 110 m, ed un'area di circa 500.000 m², il terminal è diventato il più grande complesso edilizio del mondo nel suo genere. I suoi atri a forma di H hanno una lunghezza totale di 3,5 km.

L'idea per il raffreddamento

Per raffreddare e rinnovare l'aria sono usati due sistemi separati. Il **sistema di raffrescamento sotto-pavimento** assorbe direttamente i carichi solari, mantenendo una temperatura di superficie di pavimento confortevole (da 21°C). Il **sistema di ventilazione a dislocamento con flusso variabile** garantisce aria deumidificata fresca e ricircolata, tramite diffusori alti circa 2 m. Per effetto del clima caldo la temperatura in inverno può arrivare in media a 21°C durante la notte (in estate 25°C) e 31°C durante

il giorno (in estate 34°C). La radiazione solare di solito cade perpendicolarmente alla superficie del suolo e si attesta intorno a valori di 1.000 W/m².

L'idea per l'ombreggiamento

A causa della stretta tolleranza per la temperatura operativa di 24°C e a causa dell'umidità relativa tra 50 e 60% durante le 24 ore di apertura quotidiana dell'aeroporto, sono necessari un raffreddamento e una deumidificazione continui. Per prevenire la forte influenza della radiazione solare diretta, l'involucro è dotato di grandi lamelle che formano un elemento ombreggiante che ricorda gli atri modellati con i tubi. L'idea per ombreggiare gli atri è partita dalla costruzione di una chiusura fatta di membrane che permettono il passaggio di luce diffusa. Una costruzione interna e supplementare, fatta con una membrana interna, ha un rivestimento metallico interno che previene lo scambio radiativo di calore tra la membrana esterna scaldata dalla luce del sole e lo spazio coperto. Il rivestimento metallico riflette la radiazione dovuta alla temperatura superficiale del pavimento raffrescato, come fosse uno specchio, e crea la sensazione generale di un ambiente fresco.

Raffreddamento a pavimento

Il sistema di raffreddamento a pavimento offre un massimo carico di raffrescamento di 70-80 W/m² e lavora con una temperatura di mandata costante di 12°C ed una temperatura di ritorno di 19°C. Le dimensioni dei tubi di PE-X sono di 150 mm ed in spazi parzialmente ombreggiati sono di 200 mm. Negli atri il sistema di raffreddamento tramite superficie copre più della metà della capacità di raffreddamento totale. Di conseguenza la richiesta di raffrescamento del sistema di ventilazione può essere diminuita.



Ventilazione a dislocamento

Il sistema di ventilazione a dislocamento funziona con una temperatura dell'aria di mandata di 18°C. La distribuzione viene realizzata tramite immissione d'aria dai diffusori. I diffusori sono del tipo ovale, nei quali sono collocati verticalmente i canali d'aria. Con un'umidità di 55-60% nell'aria di mandata (18°C) il punto di rugiada giace sotto 10°C. Con queste condizioni non c'è nessun rischio di condensazione sul diffusore non-isolato che si trova alla temperatura di 13°C.

Per altre informazioni sulle applicazioni dei sistemi radianti in ambienti di elevate dimensioni, leggete l'articolo dedicato al nuovo museo della California Academy of Sciences in questo numero a pag. 6.



California Academy of Sciences

La tecnologia Uponor per il Museo all'avanguardia di San Francisco

La California Academy of Sciences di San Francisco è una nuova struttura dinamica: un museo trasformato in una delle più prominenti istituzioni culturali e scientifiche.

Inaugurata nel 2008, è stata progettata da Renzo Piano con tutte le tecnologie più innovative in termini di risparmio energetico e rispetto per l'ambiente.

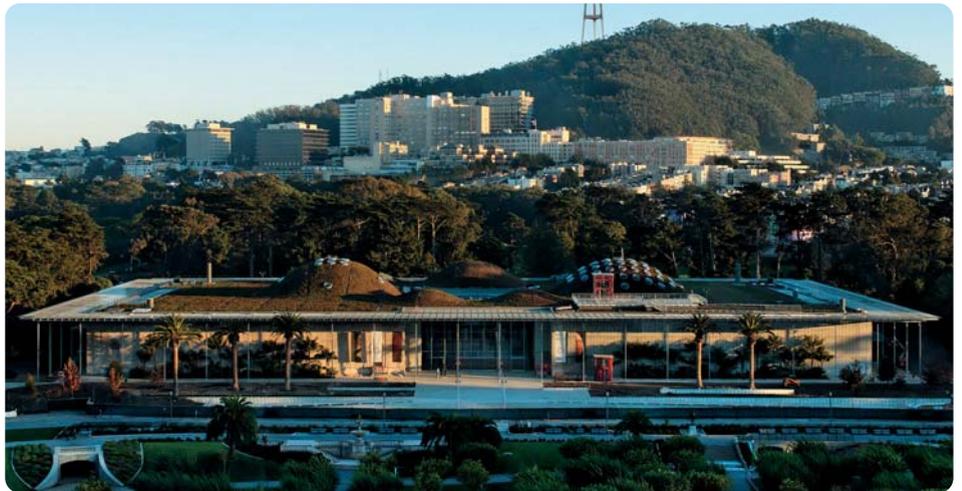
I pannelli radianti Uponor riscaldano gli ambienti riducendo il consumo di energia del 10%.

Risparmio energetico, efficienza, prodotti sostenibili. Sono parole sulla bocca di tutti, professionisti e consumatori, ma cosa significa in termini pratici quando parliamo di un edificio? Gli esperti consigliano di cercare un uso razionale delle risorse e di puntare sul design innovativo. Uno degli esempi migliori è sicuramente la California Academy of Sciences di San Francisco, dove dieci anni di progettazione e una visione lungimirante hanno unificato i dodici edifici dell'accademia in una sola notevole struttura. Una progettazione che parla decisamente italiano, grazie al design di Renzo Piano.

L'Academy è un centro internazionale per l'educazione e la ricerca scientifica ed è all'avanguardia nello studio e protezione della biodiversità terrestre. Il cantiere è stato aperto nel 2005 e il nuovo museo è stato inaugurato nell'autunno 2008.

Uponor ha giocato un ruolo da protagonista nel rendere questo famoso progetto un'icona culturale riconosciuta a livello internazionale.

Nell'edificio vengono utilizzate molteplici tecnologie che rispettano l'ambiente e riducono i consumi, per ridurre l'impronta ecologica della struttura. Il riscaldamento radiante Uponor riduce i bisogni di energia fino al 10%, mentre il sistema di recupero del calore cattura e utilizza l'energia pro-



dotta dall'impianto. Il tetto ricoperto di piante fornisce uno strato di isolamento termico per l'edificio, riducendo i bisogni energetici per il condizionamento dell'aria. Quando l'Accademia ha aperto nel 2008, ha ricevuto il più alto punteggio da parte dello U.S. Green Building Council ed è divenuto il più grande edificio pubblico con la classificazione platino del LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) al mondo. Disegnata dal maestro italiano dell'architettura è un simbolo di come l'innovazione tecnologica si possa perfettamente armonizzare con gli elementi naturali del nostro pianeta.

Paul Switenki della Arup Partners of California è il responsabile del progetto, fermamente impegnato nel tema dell'efficienza energetica nei termini del riscaldamento e del raffrescamento dell'ambiente. Il piano principale dell'Academy è un cubo, con soffitti alti e pareti esterne di vetro. "Questo la rende un edificio ideale per l'applicazione radiante, che mantiene il calore (o il raf-

frescamento) vicino al pavimento, dove si trovano le persone e non verso il soffitto come succede con i sistemi tradizionali a ventilazione" spiega Switenki. Il radiante offriva inoltre, un'ulteriore vantaggio: l'invisibilità: "Avevamo il mandato di non avere condotti appesi al soffitto – continua l'ingegnere – e quindi grazie pannelli sotto il pavimento abbiamo potuto installare un sistema di riscaldamento che non si vede". La California Academy of Sciences si trova nel Golden Gate Park di San Francisco. Contiene un planetario, un acquario, una foresta pluviale e un museo di storia naturale, tutti sotto lo stesso tetto. Un edificio realizzato con caratteristiche che fondono la sua bellezza architettonica con l'ambiente naturale del parco.

"Questo progetto mostra l'impegno di Uponor nel collaborare con professionisti per lo sviluppo di edifici sostenibili – dice Dan Sullivan, senior product manager di Uponor – Siamo fieri di essere parte di questo progetto che è al top dello stato dell'arte dell'architettura".

Il nuovo sito dell'Enea e il modello dell'Agenzia delle Entrate

di Marco Soranzo

Esperto di risparmio energetico ESSE TI ESSE srl

Finalmente è operativa la nuova procedura per la richiesta della detrazione del 55% delle spese per la riqualificazione energetica degli edifici sostenute a partire dal 1° gennaio 2009.

Il **30 aprile 2009** è stato infatti attivato il nuovo sito dell'ENEA per l'invio della documentazione relativa agli interventi oggetto della detrazione del 55%. Il nuovo indirizzo del sito è <http://finanziaria2009.acs.enea.it/index.htm>.

Il nuovo sito prevede inoltre il servizio di assistenza via posta elettronica, esclusivamente dedicato ad eventuali difficoltà di utilizzo del sito, disponibile dal **4 maggio 2009**.

Nella sezione "Supporto" del sito è riportata una guida rapida per l'utilizzo del nuovo applicativo web 2009 per l'inserimento e l'invio telematico della richiesta di detrazione.

È necessario registrarsi dalla pagina iniziale se si intende inviare la documentazione all'Enea attraverso il sito 009 predisposto. Possono registrarsi al sito:

- i tecnici abilitati o gli amministratori di condominio;
- gli utenti che, pur non essendo tecnici, possono compilare solo la pratica semplificata di detrazione secondo i commi 345b (sostituzione di finestre comprensive di infissi in singole unità immobiliari) e 346 (installazione di pannelli solari). Per tali commi è prevista la compilazione del solo allegato F.

Per la compilazione dell'**Allegato A** la modalità è rimasta pressoché invariata rispetto alle indicazioni del sito della Finanziaria 2008.

Per la compilazione dell'**Allegato E** invece sono state inserite alcune novità:

- 1 Il compilatore deve calcolare il Risparmio Annuo Energetico per ogni intervento.
- 2 Ai fini del monitoraggio finale nell'allegato E sono presenti due subtotali in due sezioni distinte:
 - a) un subtotale per tutti gli interventi escluso il comma 347;
 - b) un subtotale per gli interventi relativi ai commi 344 e 347.
 - c) i due subtotali saranno automaticamente sommati dal sistema alla fine della schermata, così come verrà sommata la detraibilità fiscale effettiva.
- 3 È importante segnalare infine nell'allegato E:
 - a) la data di inizio lavori
 - b) **la data del collaudo (o fine lavori)**
 - c) la data di compilazione.

Per la compilazione dell'**Allegato F** ci sono da fare le seguenti precisazioni:

- 1 È possibile compilare l'allegato F (scheda informativa semplificata) quando l'intervento di riqualificazione energetica riguarda **esclusivamente** la sostituzione degli infissi in singole unità immobiliari e/o l'installazione di pannelli solari.
- 2 Se la sostituzione degli infissi avviene **contestualmente** ad altre opere per le quali è richiesta la compilazione dell'allegato A, è possibile inserire tale intervento insieme agli altri nella stessa scheda informativa (che sarà quindi un allegato E in cui compariranno anche i dati sugli infissi).
- 3 La detrazione fiscale per l'installazione dei pannelli solari può essere richiesta **invece solo** attraverso la compilazione e l'invio di un allegato F autonomo. Quindi se l'installazione dei pannelli solari avviene contestualmente ad altre opere, è in ogni caso richiesta una compilazione di un allegato F riferita esclusivamente ai pannelli solari.

Con il nuovo applicativo, nel caso di più interventi eseguiti nell'ambito di uno stesso immobile, è indispensabile produrre più di una pratica secondo le modalità di seguito descritte.



- Per l'intervento di coibentazione (tipologia del comma 345a) eseguito insieme alla sostituzione degli infissi (comma 345b) è sufficiente compilare un'unica pratica scegliendo la tipologia del comma 345; si compilano i due allegati A ed E; in quest'ultimo allegato è possibile inserire entrambi gli interventi (345a e 345b).
- Per l'intervento di sostituzione del generatore (comma 347) eseguito insieme alla sostituzione degli infissi (comma 345b) occorre compilare due pratiche distinte ed indipendenti: quindi per la tipologia del comma 347 ci saranno un allegato A e un allegato E, mentre per la tipologia del comma 345b ci sarà solo l'allegato F.
- Per l'intervento di installazione dei pannelli solari termici (comma 346) eseguito insieme alla sostituzione degli infissi (comma 345b) occorre compilare due pratiche distinte ed indi-

pendenti: per la tipologia del comma 345b sarà predisposto un allegato F; per la tipologia del comma 346 un altro allegato F.

- **Per interventi secondo il comma 344 che comprende anche la sostituzione degli infissi (comma 345b)** occorre compilare un'unica pratica secondo la seguente modalità: per la tipologia del comma 344 il sistema rende disponibili per la compilazione due allegati A ed E; in quest'ultimo allegato è possibile inserire entrambi gli interventi (345a e 345b)

I contribuenti che intendono avvalersi della detrazione devono pertanto in ogni caso continuare ad inviare all'ENEA, entro 90 giorni dalla fine dei lavori, i dati indicati nel decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze del 19 febbraio 2007 e s.m. e i..

La seconda novità riguarda il provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate del **6 maggio 2009**. Con tale provvedimento è stato approvato il **modello di comunicazione** per i lavori relativi agli interventi di riqualificazione energetica che **proseguono oltre il periodo d'imposta** (rif. art. 29 del D. Lgs. n. 185/2008 convertito nella Legge n. 2 del 28 gennaio 2009) per fruire della detrazione del 55% riconosciuta per gli interventi di riqualificazione energetica di edifici esistenti, sull'involucro di edifici esistenti, di installazione di pannelli solari e di sostituzione di impianti di climatizzazione invernale.

Il **modello** deve essere utilizzato:

- dai contribuenti che intendono fruire della detrazione d'imposta del 55% per comunicare le spese sostenute **nei periodi d'imposta precedenti a quello in cui i lavori sono terminati con riferimento ai soli lavori che proseguono oltre il periodo d'imposta**;
- per comunicare le spese sostenute nel 2009 e negli anni successivi.

Pertanto le prime comunicazioni dovranno essere inviate all'Agenzia delle entrate, esclusivamente in via telematica, **entro il 31 marzo 2010**, indicando le spese sostenute nel 2009, qualora i lavori non siano già terminati entro il 31 dicembre 2009.

La comunicazione **non dovrà essere inviata in caso di lavori iniziati e conclusi nel medesimo periodo d'imposta**, né per i periodi d'imposta in cui non sono state sostenute spese. I soggetti diversi dalle persone fisiche, con periodo d'imposta non coincidente con l'anno solare, devono inviare la comunicazione entro 90 giorni dal termine del periodo d'imposta in cui sono state sostenute le spese.

MLC Sistema Modulare

Un nuovo concetto di sistema idraulico

Negli edifici, le tubazioni dell'acqua sono nascoste nelle pareti e nei soffitti, inoltre, spesso non seguono le traiettorie più dirette, ma si adattano per seguire l'architettura o per aggirare cavi o altre tubazioni. Uponor MLC Sistema Modulare è la soluzione ideale per queste situazioni e soddisfa anche tutti i requisiti di qualità per un sistema idraulico.

Nuove possibilità per l'installazione

L'innovativo Uponor MLC Sistema Modulare, grazie alla composizione modulare, semplifica la progettazione, riduce i tempi d'installazione e permette di installare sempre il diametro desiderato senza inutili riduzioni aggiunte.

Meno articoli, più flessibilità

Solo 27 componenti per coprire tutte le possibili combinazioni. Questo permette di creare rapidamente più di 300 figure direttamente in cantiere, creando un impianto su misura senza sprecare giunzioni.

Meno giunzioni significa più sicurezza

Con il nuovo sistema modulare si possono creare le riduzioni senza dover aggiungere raccordi o dover comporre raccordi filettati. Uponor MLC Sistema Modulare riduce il numero di componenti da installare, riducendo quindi i rischi e migliorando l'affidabilità e la qualità degli impianti.

Approvvigionamento più flessibile e affidabile

Uponor MLC Sistema Modulare, con un numero minimo di componenti necessari, garantisce un'elevata disponibilità anche nel caso di situazioni impreviste che si possono presentare in fase di installazione.

Trasporto e stoccaggio più semplici

Minor numero di componenti significa anche minori costi di trasporto e di stoccaggio, sia in magazzino, sia in cantiere. Il nuovo sistema consente di eliminare le rimanenze del cantiere che non possono essere più utilizzate.



Pressare direttamente sul banco di lavoro

Uponor MLC Sistema Modulare permette di lavorare in modo più confortevole: la possibilità di comporre il raccordo in ogni momento, consente di effettuare la pressatura in precedenza, direttamente sul banco di lavoro e con la tubazione non ancora in posizione. Si può quindi realizzare comodamente a terra quello che con un sistema convenzionale si dovrebbe fare necessariamente in una posizione scomoda e faticosa. Ciò consente di lavorare meglio, più in fretta e senza strumenti speciali, riducendo il pericolo di infortuni.

Possibilità di modifica anche in fase d'installazione

La configurazione modulare e il sistema di bloccaggio immediato e intuitivo consentono di correggere la posizione dei componenti anche durante l'installazione, o di regolarli in maniera flessibile in vista di nuove applicazioni.

Nessuna riduzione multipla

Uponor Sistema Modulare è stato progettato in modo che sia possibile connettere grandi e piccoli diametri in un'unica fase, per semplificare e velocizzare il lavoro, rendendo il risultato più solido e stabile.

VANTAGGI ESCLUSIVI

- **Meno componenti, più flessibilità**
- **Più semplice da gestire, più veloce da installare**
- **Possibilità di pressare a banco**
- **Nessuna riduzione aggiuntiva**

Uponor lancia i nuovi accessori Uponor MLC Sistema Modulare per le grandi dimensioni

Disponibile dal mese di Luglio

Fasi di montaggio



Inserire la tubazione MLC smussata nell'adattatore Uponor MLC Sistema Modulare.



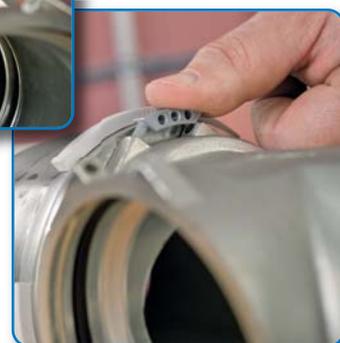
Pressare.



Inserire l'adattore nel corpo del raccordo e premere.



Inserire il cavetto di blocco nell'apposito foro sul corpo del raccordo e spingere fino a sentire il "click" che indica l'avvenuto bloccaggio.



La configurazione modulare di Uponor MLC consente di effettuare una giunzione in soli 5 semplici passaggi, utilizzando comodamente la pressatrice, senza bisogno di impiegarla in posti scomodi o difficili da raggiungere.



Un punto di riferimento nell'area umbro-toscana

Idrotirrena: undici anni di storia

Il 29 settembre 1998 Bernardini, Lena e Martinelli Fondano Idrotirrena.

La crescita di Idrotirrena in poco più di due lustri è stata a dir poco notevole.

I 7 punti vendita sono diventati 54, e i 22 milioni di euro di fatturato vendita aggregato sono cresciuti fino a 178 milioni di euro.

Nel 1998 CLLAT di Altopascio e Lena di Livorno erano reduci da esperienze rispettivamente in Delta e DTA e, unendosi al Gruppo Martinelli, che operava su Lucca e la Garfagnana, misero le basi per un progetto nuovo ed unico per il settore a livello nazionale. Ci si proponeva di integrarsi nella scelta dei partner fornitori acquisendo da loro condizioni commerciali univoche, cosa impensabile per il periodo, se consideriamo che le tre aziende, a livello di vendita, si andavano anche parzialmente a sovrapporre. Nel contempo si voleva creare una sinergia che andasse ad individuare nella neonata Idrotirrena, un punto di riferimento del settore idraulico nelle province di Lucca e Livorno, ma con l'obiettivo, o tramite acquisizione di nuovi associati o tramite apertura di nuovi punti vendita, di estendere la strategia a tutto il territorio toscano.

Infatti, in quel periodo, la mappa dei distributori di quel territorio comprendeva i "nomi storici" ormai consolidati a livello provinciale, e mentre solo alcuni di loro avevano iniziato un processo di espansione pluriprovinciale, ancora non si registrava l'avvento di competitors provenienti da aree extraregionali.

È stato così, nell'ultimo trimestre del 1998, che Idrotirrena si è dotata di una piccola struttura costituita da un solo dipendente, Manuel Lenzi, ancora oggi presente e responsabile dell'area commerciale e marketing, e di un piccolo ufficio davanti alle storiche mura di Lucca, un "laboratorio"

per sviluppare un'idea ambiziosa.

L'elemento vincente è stato quello di formare un nucleo piccolo ma coeso e rappresentativo di quanto di meglio un'area limitata a due sole province poteva esprimere al momento.

I primi due anni si sono consumati nel necessario consolidamento e alla fine del 2000 i vecchi fondatori hanno invitato al loro tavolo, con reciproca soddisfazione, sia Piero Benvenuti e con lui la ditta Palagini di Empoli sia Italo, Massimo e Stefano Gualandi di Termomarket di Firenze, andando a gettare le basi per l'inizio del processo di espansione territoriale verso l'area nord della Toscana legata alla provincia di Firenze con due aziende di sicuro riferimento.

Mentre **nell'aprile 2001 si consolidava la struttura con l'ingresso di Marcello Bianchini, attuale amministratore delegato del gruppo** proveniente dall'esperienza di Union, **nell'anno 2002 si aggiungono i due tasselli finali prima estendendo il raggio d'azione del gruppo all'Umbria con l'ingresso della Ticchioni di Perugia, e poi sanando il "buco" nel territorio fra le province di Lucca e Livorno con l'ingresso della Scarpellini di Pisa.**

Intanto i soci stavano rendendo capillare la presenza sul territorio di Idrotirrena con l'apertura di nuovi punti vendita come quelle su Pistoia e Prato di CLLAT, o sull'area versiliese del Gruppo Martinelli, della Palagini sull'area centrale toscana, di Termomarket in Mugello cosicché a quel punto, per completare veramente la strategia iniziale,



occorreva un intervento sull'area centro-sud Toscana ed in particolare su Grosseto, Arezzo e Siena.

In assenza di possibili interlocutori già presenti sul mercato, si è costituita una nuova società, la Idrotirrena Commerciale, responsabile di attuare questi propositi, e che, nell'aprile 2004, ha iniziato ad operare con un primo punto vendita ad Arezzo e, nell'aprile 2007, ha operato la seconda apertura a Grosseto.

Le tappe di Idrotirrena

29 settembre 1998: Martinelli, Lena e Bernardini fondano Idrotirrena, che si occupa delle province di Lucca e Livorno.

2000: entrano Palagini e Termomarket. Idrotirrena si espande verso Firenze.

2001: Marcello Bianchini, attuale amministratore delegato arriva in Idrotirrena.

2002: Idrotirrena si espande in Umbria, con l'ingresso di Ticchioni, e copre anche la provincia di Pisa con Scarpellini.

2004: nasce Idrotirrena Commerciale che si apre alle province di Arezzo e Grosseto.

Intervista con Marcello Bianchini

Parla l'amministratore delegato

Marcello Bianchini è entrato a far parte di Idrotirrena nel 2001 e ne è l'attuale Amministratore Delegato. Dopo aver assunto questo ruolo, continua la sua carriera all'interno di Idrotirrena, che conosce una crescita notevole e costante durante tutto il corso della sua storia.

Gli undici anni appena trascorsi e il futuro del punto di riferimento per Umbria e Toscana per il settore idrotermosanitario: sono tematiche particolarmente pregnanti, specialmente alla luce dell'attuale situazione di mercato e dai dati sui prossimi mesi diffusi dalle principali agenzie economiche internazionali. Con Bianchini ci confrontiamo su questi temi, alla luce dell'esperienza commerciale di Idrotirrena.

Bianchini inizia la propria attività nel settore nell'anno 1969 in qualità di agente rappresentante, e a cavallo degli anni '70 e '80 apre uno studio di progettazione impiantistica e collabora alla cogestione del gruppo CNIA in qualità di direttore del consorzio di Arezzo. In quegli anni dedica parte del suo tempo alla stesura di alcuni testi di settore (Manuale di termoidraulica, di Vapore, di Condizionamento e manuale di idronica per la Cazzaniga SpA). Negli anni '90 assume la carica di Amministratore della Papini Faliero SpA e successivamente di responsabile del gruppo UNION. Nel 2001 entra a far parte dello staff Idrotirrena in qualità di amministratore delegato e per un breve periodo consigliere del gruppo INTESA.



Marcello Bianchini: amministratore delegato

La storia di Idrotirrena sempre caratterizzata da uno stile imprenditoriale capace di prendersi dei rischi, è questo l'ingrediente della ricetta di successo?

L'ingrediente primario della ricetta del successo di Idrotirrena sono i soci stessi. Abbiamo amalgamato degli imprenditori con presenza pluriennale nel mercato dell'idrotermosanitario simili come modello operativo, uguali per stile e professionalità con l'obiettivo di trasferire a tutti gli operatori del settore le loro singole esperienze sotto un unico nome "Idrotirrena".

Lei fa parte di questo gruppo da circa sette anni, e Idrotirrena ne ha altri quattro alle sue

spalle, può tracciare un bilancio di questi primi due lustri?

Attualmente sul territorio toscano-umbro sono 54 i punti vendita operativi del gruppo con 22 show room e posso affermare senza tema di smentita che a livello nazionale Idrotirrena è il primo gruppo regionale per copertura territoriale e fatturato espresso.

In quale direzione si sta muovendo Idrotirrena? Cosa è il momento di fare in questo momento di mercato?

Ci stiamo muovendo sul campo delle energie alternative (solare, fotovoltaico, geotermico, ect.) in rispetto alle attuali e future esigenze per il risparmio energetico attraverso la creazione di società ad hoc e la formazione di personale tecnico altamente qualificato e in linea con la necessità di ridurre l'inquinamento ambientale.

Il mercato sta vivendo una crisi globale che ci trova coinvolti e ci sprona a migliorare le sinergie del gruppo intervenendo nell'area dei costi generali così da non compromettere la performance della proposta commerciale che il mercato e la nostra clientela è abituata a ricevere dal nostro gruppo.



Manuel Lenzi: direzione commerciale e marketing



Staff: ufficio amministrazione

Crescere durante la crisi

Le regole della vendita

di Vladimiro Barocco
Studio Centro Marketing

È indubbio che questo sia un periodo difficile per vendere, però è anche vero che vi sono aziende che continuano a crescere. Hanno prodotti migliori? Quasi mai, ma sicuramente puntano sul valore dei loro prodotti e conoscono meglio le regole della vendita.

In un vecchio manuale per venditori pubblicato nel 1924 è scritto che per essere un buon venditore bisogna: conoscere i prodotti, conoscere i clienti e conoscere se stessi.

Questi sono i fondamentali ai quali vanno aggiunte alcune tecniche per il successo della propria azienda.

Mantenere alto il numero di nuovi contatti

Molte aziende sperimentano forti sbalzi nell'attività perché quando il carico di lavoro è elevato smettono di ricercare e avviare nuove trattative. La cosa è comprensibile perché la ricerca di nuovi clienti è la meno piacevole. Ma trascurare la ricerca di clienti, specie in periodi difficili, porta ad avere periodi semivuoti di lavoro.

Fare domande interessanti e ascoltare le risposte

Sono domande che avvicinano alla vendita quelle che servono ad indagare il reale bisogno del futuro cliente. Sono all'opposto di "Cosa le serve?" Domande interessanti permettono di collegare al bisogno del cliente l'impianto o la caldaia, ad esempio, come soluzione appropriata.

Fatta la domanda, si attende la risposta.

È un errore presumere la risposta e continuare a parlare.

I migliori venditori sono quelli che ascoltano i loro clienti, prestando attenzione alle parole e al tono usato.

In seguito si potranno usare le stesse parole del cliente per sottolineare la bontà della soluzione proposta.



Concentrazione sul cliente

Non parlate di voi e della vostra azienda; dite piuttosto come risolverete, con la vostra esperienza unita ai vantaggi offerti dal prodotto, il suo problema.

Usate termini tecnici solo se strettamente necessari. Più il linguaggio sarà semplice, maggiore la probabilità di successo.

La fiducia è essenziale

Ottenere la fiducia degli interlocutori è importante. Se il cliente non vi dà fiducia è difficile che comperi anche se invogliato da uno sconto.

Mostrare il valore della soluzione

Il modo migliore per dimostrare il valore del prodotto (= soluzione) proposto è indicare

con precisione come il cliente trarrà beneficio dalla soluzione proposta.

Questo non significa entrare nei dettagli delle caratteristiche del prodotto, ma piuttosto limitarsi a quelle che assicurano un vantaggio per il cliente, proprio quello che si ha di fronte.

Questo perché ogni cliente acquista per motivi propri che solo in parte corrispondono anche a quelli di altri clienti.

Evitare l'insistenza

Essere perseverante è una qualità dei bravi venditori, ma quando è evidente che il cliente non è interessato alla proposta bisogna sapere interrompere i contatti e rivolgere attenzione e tempo verso clienti che mostrano un maggiore interesse nei confronti della vostra attività.

Parla l'Agente Emmegi

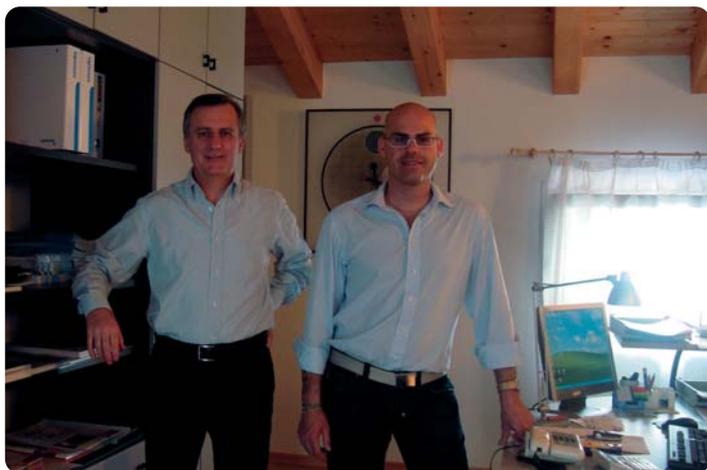
L'agente, tra mercato e risparmio energetico

Giovanni Mussolin, titolare dell'Agente Emmegi, ha iniziato l'attività di agente di commercio nel settore idrotermosanitario nel lontano 1980, occupandosi fin dall'inizio, con il marchio Scantec e poi Wirsbo Italia, del settore delle tubazioni plastiche in Pex-a e relativi sistemi, tra cui i pannelli radianti a pavimento per la zona del Veneto.

L'attuale Agenzia Emmegi nasce nel Gennaio 1994, dopo lo scioglimento della società che Mussolin aveva fondato assieme ad un altro socio. Dal 2002 è entrato a far parte dell'agenzia come collaboratore Alessandro Rizzo che si occupa di prevenzione, assistenza pre e post vendita e di vendita stessa. L'entrata di Rizzo è avvenuta in concomitanza dell'arrivo del marchio Uponor, a cui sono afferiti i vari marchi seguiti prima, e a cui si sono aggiunte le tubazioni in multistrato, attualmente per le province di Padova, Rovigo e Vicenza.

così forte come oggi. Infatti, le mie prime esperienze di vendita e assistenza in cantiere, le ho avute nei primi anni '80 con pannelli solari in materiale plastico della Pirelli e regolazioni della Cazzaniga TA. Dopo alcuni anni di stasi, c'è stata un'evoluzione abbastanza veloce in questo settore; oramai ci sono decine e decine di marchi che si presentano sul mercato, spesso con proposte che vanno a sposare i nostri sistemi (pannelli radianti a pavimento, soffitto, parete). Anche noi come agenzia, proprio per dare un valore aggiunto al nostro servizio, abbiamo iniziato a proporre prodotti per energie innovative e cioè pompe di calore, pannelli solari, sonde geotermiche, ecc. con un nuovo marchio. Purtroppo la crisi economica mondiale frena un po' questo mercato, però credo che oramai il nostro settore sia maturo e pronto, è solo questione di priorità nelle spese del cliente finale.

installatori a dare informazioni tecniche su i sistemi Uponor; il nostro listino propone sistemi in quantità e di elevata qualità, per cui dobbiamo dare risposte rapide e sicure. L'agenzia è vista dai nostri clienti come un punto di riferimento dove attingere a piene mani per informazioni tecniche, ma anche e soprattutto cercano quella collaborazione continua, costante, precisa, che fa poi ritornare il cliente stesso a scegliere i sistemi Uponor per un altro cantiere. L'impegno della mia agenzia è la proposta di prodotti in costante evoluzione, in conclusione il progettista, il rivenditore, l'installatore si aspettano da noi sempre più risposte tecniche oltre che commerciali.



Giovanni Mussolin e il suo collaboratore Alessandro Rizzo nel loro ufficio di Padova

Con un'esperienza, quindi, ormai trentennale alle spalle, Mussolin ci parla di un settore in cui l'evoluzione dei prodotti e sistemi è in costante mutamento.

Energie pulite e risparmio energetico sono le parole chiave del momento. Ma il nostro settore è pronto? Quali sono le vostre esperienze in questo campo?

Di energie alternative e risparmio energetico si parlava già nel 1980, quando ho iniziato la mia attività, anche se non in modo

In che modo un agente può portare veramente un valore aggiunto in un progetto? In altre parole, è più vicino alla figura di un venditore o a quella di un tecnico?

Nel tempo la figura dell'agente è cambiata, oramai non siamo più venditori solamente, ma abbiamo sviluppato, anche con l'esperienza in tanti cantieri, tutto quello che riguarda la tecnica e la relativa assistenza, sia per il progettista che per l'installatore. Siamo ogni anno chiamati da progettisti o

Il radiante è ben conosciuto ormai dai professionisti del settore, ma secondo voi il consumatore cosa ne pensa? Ci sono ancora dei miti da sfatare?

Il pannello radiante è croce e delizia del nostro mercato. Siamo passati dai primi impianti di cui solo alcuni progettisti sapevano fare la progettazione e lo proponevano ai loro clienti, ad un mercato a tutt'oggi in continua evoluzione in cui i marchi si sono moltiplicati e l'offerta è esplosa. Di conseguenza il committente è informato molto più oggi di qualche anno fa e questo ha positivamente influenzato il mercato stesso; quindi direi che miti da sfatare non ne esistono più, se non che questa esplosione del radiante, e quindi l'aspettativa che un sistema risolva tutte le soluzioni, ha generato nel consumatore l'idea che tutto è possibile. Con Uponor avendo un listino con una gamma di prodotti molto vasta, riusciamo a dare molteplici risposte al committente, però oggettivamente devo dire che ci sono dei limiti, ed è proprio per questo che l'agente deve sempre saper consigliare e proporre il sistema più adatto.

Uponor in pillole

Uponor a Ecomade

Si è rinnovata anche quest'anno per Uponor la partecipazione a Ecomade - FuoriSalone, come sempre in programma a Milano.



Un momento della prestigiosa manifestazione milanese

Ecomade è un evento che, oltre a vantare una presenza storica (sin dal 1997), si distingue fra le manifestazioni per la particolare tematica trattata.

È una rassegna di prodotti realizzati nel rispetto dell'ambiente attraverso la scelta di materiali ecosostenibili e cicli produttivi e di lavorazione. L'obiettivo è quello di comunicare sul territorio, attraverso iniziative dedicate, i temi della bioarchitettura, dell'eco-design e del risparmio energetico. Il FuoriSalone è l'insieme di eventi che durante la settimana del Salone del Mobile anima l'intera città di Milano che si istituzionalizza definitivamente grazie al sempre maggiore interesse rivoltagli da pubblico e stampa e al supporto del Comune di Milano che annualmente approva progetti d'allestimento urbano dal forte impatto visivo. In 10 anni il FuoriSalone è diventato simbolo di design alla portata di tutti, dagli addetti ai lavori ai semplici curiosi.



Nell'ambito dell'evento abbiamo il piacere di segnalare l'intervento di Uponor ad uno dei convegni con la relazione del Technical Leader Fabio Bresciani dal titolo "Condizionamento invisibile Uponor".

La tecnologia Uponor raffrescherà uno dei più grandi centri commerciali d'Europa

Uno dei più grandi centri commerciali d'Europa, il Dolce Vita Tejo in Portogallo, utilizzerà la tecnologia Uponor per il raffrescamento radiante. Il centro commerciale di 423.000 metri, che sarà realizzato nelle vicinanze di Lisbona, ospiterà 300 negozi e 9.000 posti auto. Il Dolce Vita Tejo è stato pensato sia come centro per lo shopping, sia come luogo di ritrovo e tempo libero, e sarà in linea con gli ultimi trend europei in materia di centri commerciali. Per esempio, un parco a tema per bambini sarà costruito vicino al centro.

Il costruttore del Dolce Vita Tejo, l'impresa spagnola di sviluppo immobiliare Chamartin

Immobiliare, sta investendo in soluzioni che siano in accordo con i principi dello sviluppo sostenibile, influenzando l'efficienza energetica e il consumo di energia primaria in particolare, sia attraverso soluzioni architettoniche sia tecniche. **Il centro utilizzerà la luce naturale in maniera attiva:** il tetto dell'edificio sarà costruito con materiale che filtra i raggi ultravioletti del sole, ma che ne trattiene la luminosità, permettendo la riduzione di illuminazione artificiale. Per esempio, lo stadio di nuoto a forma di bolle realizzato per le Olimpiadi di Beijing 2008 era costruito dallo stesso materiale.

Gli effetti di riscaldamento della luce solare saranno compensati usando il raffrescamento radiante Uponor. In uno spazio ampio, la climatizzazione interna sarebbe normalmente difficile da gestire con un sistema tradizionale di condizionamento. Invece, dato che il raffrescamento si irradia dal pavimento, temperature pia-

cevoli possono essere mantenute nello spazio in cui le persone si muovono, ovvero fino ad un'altezza approssimativa di 2,5 metri. La temperatura del pavimento di manterrà sui 19-20 °C costanti. Il sistema di raffrescamento radiante Uponor permetterà di ottenere considerevoli risparmi energetici. Uponor ha sviluppato il raffrescamento radiante nella metà degli anni '90, introducendolo nel mercato tedesco. Da allora c'è sempre stato un interesse crescente verso questa nuova tecnologia di risparmio energetico in tutto il mondo. Una delle referenze Uponor più conosciute è l'aeroporto internazionale di Bangkok. (Vedi articolo di pagina 4)



Uponor più n. 8 - Giugno 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, Alessandro Nezzo, 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
50% cellulose provenienti da foreste
gestite in maniera responsabile
e 50% di fibre riciclate.



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:

TV, BL, VE: Marco Polo srl

Tel. 041 5904297

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 50912363

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: Loboizzo Giampaolo - Tel. 0881 639327

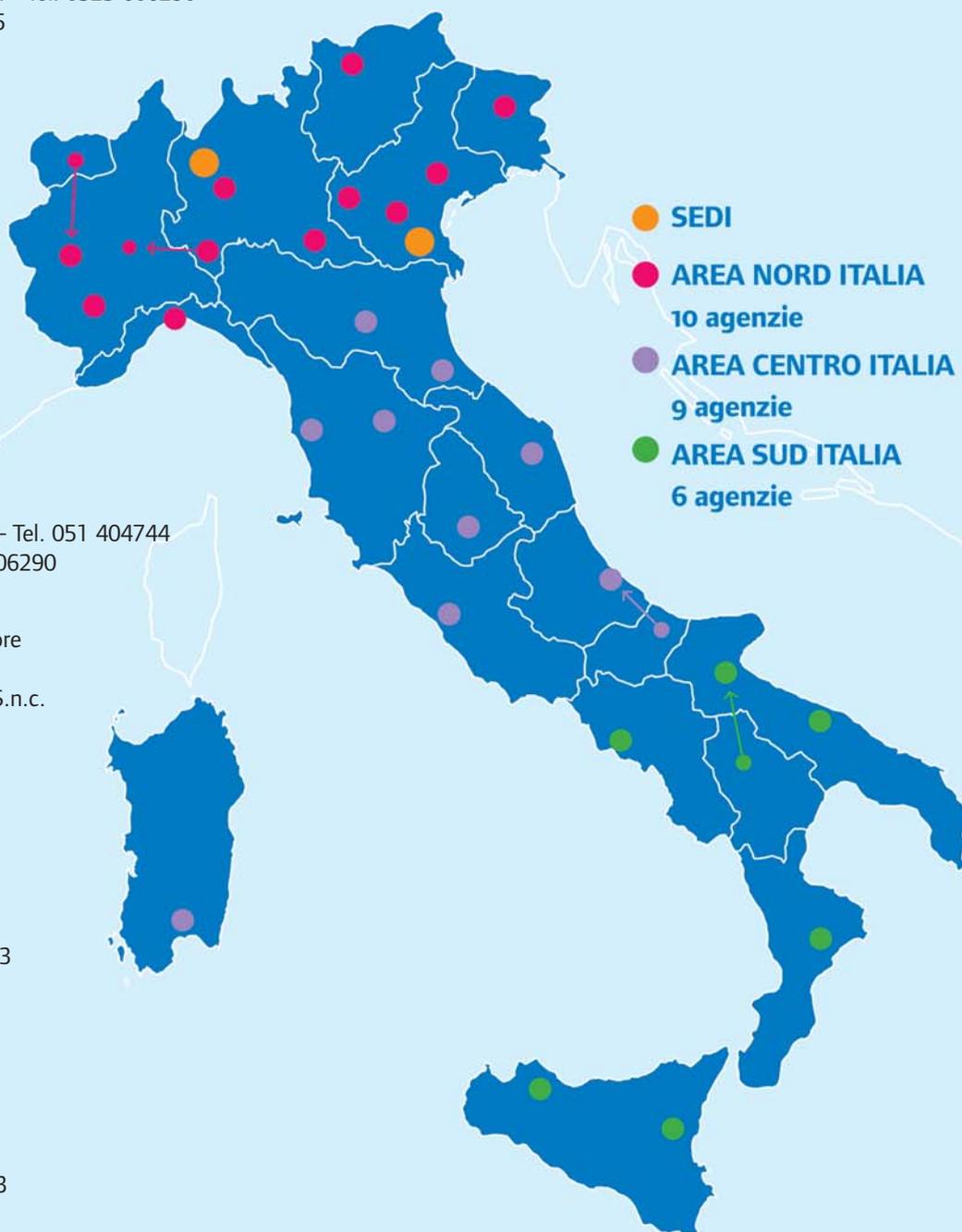
Calabria: Citraro Leonardo - Tel. 0961 951618

Sicilia:

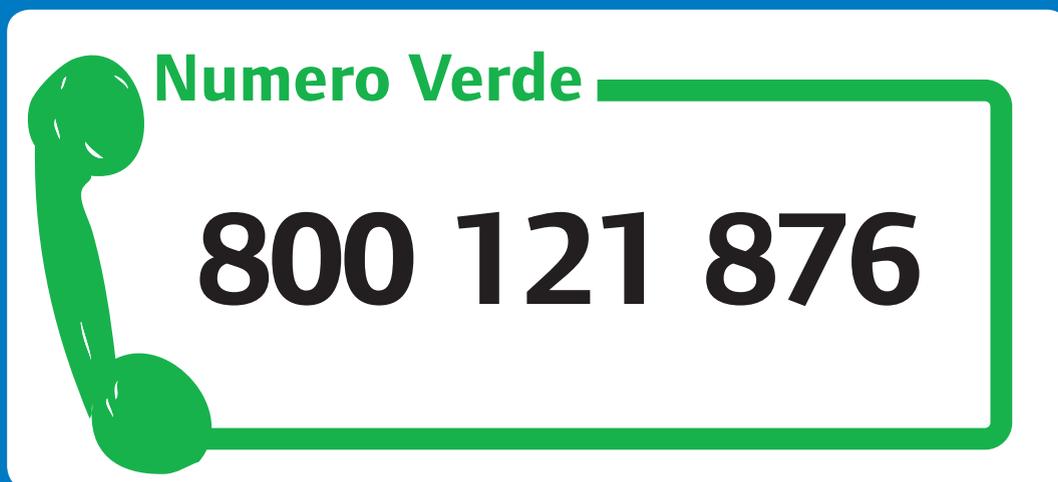
EN, ME, CT, SR, RG: Bonanno Rappr. S.a.s.

Tel. 095 374903-095 374904

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



Da oggi contattarci non costa niente



Il nuovo Numero Verde
è a vostra disposizione dalle 8,30 alle 20,00,
dal lunedì al venerdì.

- Per rispondere alle vostre esigenze.
- Per comunicarvi novità, promozioni e iniziative.
- Per offrirvi un servizio costante e sempre migliore.

Il nuovo Numero Verde,
un filo diretto con il mondo Uponor.

uponor
simply more