

FEBBRAIO 2016 - N° 66

# youtrade

TENDENZE E ATTUALITÀ DELLA DISTRIBUZIONE EDILE

## **COSTRUZIONI**

IMMOBILI TROPPO CARI  
PER TASSE E BUROCRAZIA

## **YOUTRADE CASA**

LE NUOVE STRADE  
DEL COLORE

## **KLIMAHOUSE**

LE NOVITÀ VISTE  
DIETRO LE QUINTE

## **SPECIALE**

ISOLAMENTO ACUSTICO,  
PROBLEMA ASSORDANTE

# **FAKRO**

**SEMPRE PIÙ GRANDI  
LE FINESTRE DEL GRUPPO**

KLIMAHOUSE - SONDAGGIO

# PAROLA D'ORDINE: SIAMO OTTIMISTI

*Alla fiera dedicata all'edilizia sostenibile YouTrade ha chiesto a 23 operatori del settore di anticipare le novità della propria azienda e sintetizzare l'aspetto professionale che caratterizzerà il 2016. Ecco che cosa hanno risposto*

di Santina Muscarà



**E**ntusiasmo, impegno, voglia di fare. Sono tante le parole d'ordine che i produttori hanno espresso come impegno e speranza per il 2016. Con un fattore comune: un velato ottimismo che da qualche anno non si ascoltava più. YouTrade ha raccolto le opinioni di operatori di primo piano in occasione del Klimahouse 2016, insieme alle principali novità esposte in fiera.

## ARIA FRESCA IN RIVENDITA

**Gianni Guidoccio**, responsabile del coordinamento Cre



Quest'anno, tra le novità, abbiamo presentato soluzioni innovative di fissaggio e supporto per tutti i tipi di pavimentazioni esterne, vetro cellulare in granulato e in lastre per l'isolamento termico e l'impermeabilizzazione, pannelli minerali per l'isolamento interno e il risanamento in ambienti umidi, blocchi idro tagliamuro resistenti al fuoco e sistemi interni di protezione dai campi elettromagnetici. Pensiamo che queste soluzioni possano essere un driver nelle rivendite per il 2016, per ridare qualità all'edilizia e per

sensibilizzare ai temi del risparmio energetico a livello territoriale. In fiera, inoltre, abbiamo notato un'evoluzione a livello di interesse verso i dettagli costruttivi e questo è un buon segno, anche se è ancora prematuro fare previsioni sull'andamento del mercato per l'anno appena iniziato e al momento la domanda è stabile.

**PAROLA CHIAVE: NUOVI DRIVER**

## ANCORA PIÙ IMPEGNO

**Roberto Grasso**, ufficio tecnico e promozione tecnica Index



A Klimahouse abbiamo presentato tante proposte ma, in particolare, riteniamo vincente la nostra nuova membrana adesiva da sotto piastrella Selftene Strip Terrace per l'impermeabilizzazione rapida delle nuove e vecchie terrazze senza prevedere, in quest'ultimo caso, nessun tipo di demolizione. Mediante la presenza di strisce adesive, la membrana viene stesa in semi-aderenza risolvendo definitivamente il rischio di formazione di bolle o rigonfiamenti nel caso di presenza di umidità. Il

sistema è efficace, a prova di rischi, fa risparmiare tempo e riduce notevolmente i costi nel caso di rifacimento. Il 2016 è iniziato bene con l'estero mentre le vendite Italia hanno subito un rallentamento ma ci auspichiamo di tornare ai numeri del 2015 già dalle prossime settimane. Le parole d'ordine? Maggior velocità e servizio al fine di soddisfare al meglio la clientela.

**PAROLA CHIAVE : VELOCITÀ**

## RIQUALIFICAZIONE ENERGETICA E CULTURA

**Fabio Baistrocchi**, direttore commerciale settore edilizia L'Isolante



Tra i sistemi esposti a Klimahouse, abbiamo presentato la lastra isolante Sintoray Cover, realizzata tramite sintolaminazione, una tecnologia brevettata che coniuga la sinterizzazione delle perle espanse Neopor e la laminazione dei pannelli, garantendo caratteristiche particolari alla lastra. In particolare, la conduttività termica e la costanza della stessa su tutti gli spessori della lastra è di 0,030 W/mK. In secondo luogo, nonostante la lastra presenti due superfici, una bianca e una grigia, è monolitica e

questo garantisce l'omogeneità. Il mercato richiedeva una nuova soluzione di isolamento e noi abbiamo cercato quella migliore dal punto di vista tecnologico e di applicazione. Ci attendiamo un 2016 positivo, dettato da una maggior fiducia da parte della committenza. La nostra parola d'ordine è quella di fare cultura tecnica e nel campo della riqualificazione energetica.

**PAROLA CHIAVE : CULTURA**

## NON MOLLIAMO CON LA FORMAZIONE

**Paolo Sala**, responsabile linea finiture e cappotto Mapei



Noi abbiamo puntato su due novità. La prima riguarda il sistema cappotto. Tipicamente, il principale problema è la debolezza meccanica del pannello coibentante, che può deformarsi a seguito di urti accidentali. Abbiamo quindi messo a punto Mapetherm Flex RP, un rasante elastico, esente da cemento, che compensa la debolezza del pannello. È composto da resine acriliche, resistente alle aggressioni biologiche ed è tinteggiabile a tintometro. Non necessita di un primer e, soprattutto, può essere rifinito subito con la pittura, senza attendere i

tempi di un normale lavoro di rasatura. La seconda novità riguarda la preparazione delle pitture Plus, antimuffa e antialga, certificate dall'Istituto Indipendente Inglese Pra. La preparazione delle suddette con i prodotti a base silossanica, Silancolor Primer Plus e Silancolor Cleaner Plus, garantisce una maggiore durabilità ai sistemi antimuffa/antialga. Avendo chiuso positivamente il 2015, siamo molto fiduciosi per il 2016 e puntiamo su formazione e presenza in cantiere. Insomma, il nostro motto potrebbe essere quello di non mollare.

**PAROLA CHIAVE : COSTANZA**

## ENTUSIASMO E BASSO IMPATTO AMBIENTALE

**Giovanni Raggi**, direttore vendite e marketing Isolconfort



Questa edizione del Klimahouse è stata l'occasione per presentare la nostra nuova filosofia aziendale e, di conseguenza, la gamma di isolanti studiati per il risparmio energetico, con un'attenzione particolare al modo in cui vengono prodotti e poi utilizzati. Vogliamo guardare al risparmio energetico con un occhio più green, focalizzato sull'impatto ambientale, che deve essere il minimo possibile. Ecco perché abbiamo cambiato approccio su tutta la gamma di produzione che, inoltre, è 100% riciclabile. Oggi l'utilizzatore finale

è attento al tema dell'ambiente e chiede qualità, che deve essere garantita dalle certificazioni ambientali. Non credo ci sarà una rivoluzione nel 2016 ma prevedo una crescita green. La nostra parola d'ordine? L'entusiasmo. Abbiamo chiesto ai collaboratori di portarci ogni mese una valutazione dell'entusiasmo che sono riusciti a trasmettere ai clienti.

**PAROLA CHIAVE : ENTUSIASMOMETRO**