

# [Realtà MAPEI]

¡VIVA MI CANAL  
VIVA MI PANAMÁ!

Anno 26 - N. 137 - Luglio-Agosto 2016 - contiene I.P. - Bimestrale di attualità, ricerca e cultura

res  
**mittente**  
ROSERIO CMP

**postatarget**  
magazine  
DC0035413  
NAZ5162068  
Posteitaliane

137



# Fiere 2016

**CERSAIE**



26-30 settembre  
**BOLOGNA**

ANCHE QUEST'AUTUNNO MAPEI  
SARÀ PRESENTE A DIVERSE FIERE.  
**VIENI A TROVARCI AI  
NOSTRI STAND!**

**MARMOMACC**

28 settembre  
1 ottobre  
**VERONA**

EXPO  
**Tunnel**

19-21 ottobre  
**BOLOGNA**

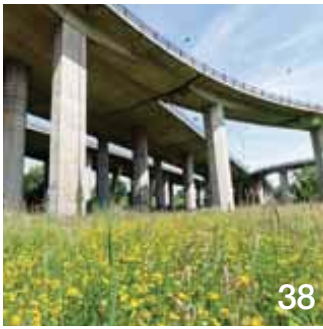


19-22 ottobre  
**BOLOGNA**



Scarica la  
nostra APP

Per maggiori informazioni consultare il sito  
**[www.mapei.it](http://www.mapei.it)**



38



42



48



54

# SOMMARIO

## ATTUALITÀ

- 2 Innovare sempre per crescere ancora, in Italia e nel mondo
- 64 Cervia Città Giardino - Maggio in fiore
- 80 Al via Cresco Award Città Sostenibili

## REFERENZE

- 4 Il nuovo Canale di Panama
- 22 Mapei in Benelux: una selezione di lavori
- 26 Arese Shopping Center "Il Centro"
- 34 Museo dell'Opera del Duomo di Firenze
- 38 Viadotto dei Parchi
- 42 Fondazione Poliambulanza a Brescia
- 48 Carrara Gardens Tennis Academy
- 49 Woodriff Gardens Tennis Complex

## GIOCO DI SQUADRA

- 12 Mapei a Panama
- 13 Mapei Panama Corporate Event
- 16 Nuovi spazi per Mapei Benelux

## INTERVISTA

- 19 Tecnica e moderna: la sede di Mapei Benelux
- 61 La qualificazione dei posatori nel settore delle pavimentazioni

## IL PARERE DELL'ESPERTO

- 50 Isolamento termico per il risparmio energetico

## RICERCA

- 54 Mapei nelle camere bianche

## MERCATO

- 58 Il mercato dei pavimenti e rivestimenti in Italia

## FORMAZIONE

- 62 Manufacturing 4.0. Strategie e impatti ESD

## L'IMPEGNO NELLO SPORT

- 66 Pallacanestro Reggiana: grazie lo stesso!
- 70 Al Mapei Stadium, scudetto alla Roma "Primavera"
- 72 Berardi e l'"Ital-Sassuolo": avanti tutta!
- 74 Una squadra disciplinata e di fair play
- 75 Campagna abbonamenti Sassuolo
- 76 Workshop: un Sassuolo da grandi numeri
- 78 Piazza Garibaldi, un "Mapei Stadium"

## PRODOTTI IN PRIMO PIANO

Ultralite S1 Quick pag. 36, Mapegrout Easy Flow pag. 39, Ultrabond Eco V4 SP pag. 45

## PRODOTTI IN EVIDENZA

Il tennis di Mapei sbarca in Australia pag. 46, Mapetherm Flex RP pag. 53, Mapelastic 4ª di cop.

**MAPEI**  
SEGUICI SU



/mapeispa

Scarica la  
nostra APP:



Per maggiori  
informazioni consultare  
il sito [www.mapei.it](http://www.mapei.it)



**STORIA DI COPERTINA**  
C'è Mapei tra i protagonisti dell'opera ingegneristica più ambiziosa al mondo: l'ampliamento del Canale di Panama.

**Rivista bimestrale**  
Anno 26 - numero 137 -  
luglio/agosto 2016

**Direttore responsabile**  
Adriana Spazzoli

**Coordinamento editoriale**  
Federica Pozzi

**Redazione**  
Alessandro Brambilla, Metella  
Iaconello, Federica Pozzi,  
Tiziano Tiziani, Federica  
Tomasi

**Ricerca fotografica**  
Davide Acampora

**Progetto grafico  
e impaginazione**  
Magazine - Milano

**Fotolito**  
GFB - Milano

**Stampa**  
Rotolito Lombarda - Pioletto (MI)

**Direzione e redazione**  
Viale Jenner, 4 - 20159 Milano  
Tel. 02-37673.1 - fax 02-37673.214  
[www.mapei.com](http://www.mapei.com)  
E-mail: [mapei@mapei.it](mailto:mapei@mapei.it)

**Abbonamenti**  
[realtamapei@mapei.it](mailto:realtamapei@mapei.it)

**Editore Mapei S.p.A.**  
Registrazione del Tribunale  
di Milano n. 363 del 20.5.1991

**Hanno collaborato a questo numero  
con testi, foto e notizie:**  
ANIT, CMB Carpi, Bruna Rondoni, Enrico  
Barison, Louis & Royer Architects, Mapei  
Australia Pty Ltd, Mapei Construction  
Chemicals Panama SA, Mapei Benelux  
SA, Museo dell'Opera del Duomo di  
Firenze, Sassuolo Calcio, Pallacanestro  
Reggiana, Master Group Sport

**Tiratura di questo numero**  
150.000 copie  
**Distribuzione in abbonamento  
postale in Italia:** 143.000 copie,  
all'estero: 1.100 copie

**Tutela della riservatezza  
dei dati personali**  
I dati personali dei destinatari  
di Realtà Mapei sono trattati in  
conformità al Decreto Legislativo  
n. 196/2003 ("Codice in  
materia di protezione dei dati  
personali") e utilizzati per le  
finalità direttamente connesse  
e strumentali all'erogazione del  
servizio. In qualsiasi momento è  
possibile richiedere la modifica,  
l'aggiornamento o la cancellazione  
di tali dati, scrivendo a:  
Mapei - Ufficio Marketing  
Viale Jenner, 4 - 20158 Milano  
Fax 02/37673214  
[mapei@mapei.it](mailto:mapei@mapei.it)

Chi non avesse ricevuto il modulo  
per l'autorizzazione all'utilizzo  
dei dati, può richiederlo all'indirizzo  
sopra indicato.

Questo periodico è associato  
all'Unione Stampa Periodica Italia



Tutti gli articoli pubblicati in questo numero  
possono essere ripresi, previa autorizzazione  
dell'editore, citando la fonte.





IL 2015 È STATO UN ANNO POSITIVO  
PER MAPEI, CON UNA CRESCITA CHE,  
A LIVELLO MONDIALE, HA SFIORATO IL **13%**





# INNOVARE SEMPRE PER CRESCERE ANCORA, IN ITALIA E NEL MONDO

Tra i leader mondiali nella produzione di prodotti chimici per l'edilizia, Mapei stabilisce sempre nuovi standard qualitativi grazie ai suoi prodotti innovativi e alla sua voglia di competere e di eccellere a livello globale. Con la consapevolezza di offrire, in ogni mercato nel quale è presente, prodotti di altissima qualità.

Il 2015 è stato un anno positivo per Mapei, con una crescita che, a livello mondiale, ha sfiorato il 13%.

Un risultato che va letto considerando diverse situazioni locali che vedono sia Paesi con un mercato depresso - come l'Italia e la Francia - sia regioni mondiali come il Nord America e l'area dell'Asia-Pacifico dove la crescita è stata del 20%. A queste, si sono aggiunte buone performance del Gruppo in Paesi come la Germania, la Gran Bretagna, l'Ungheria e i Paesi scandinavi.

Questi risultati sono stati determinati dall'ottima competitività del Gruppo nel mercato globale e sono il frutto di un impegno costante sui tre assi strategici di Mapei: la ricerca, l'internazionalizzazione e la specializzazione.

Anche gli investimenti in Ricerca e Sviluppo di nuovi prodotti e tecnologie sono cresciuti e rivolti sempre a soddisfare le esigenze di ogni mercato dove operiamo e dove abbiamo l'ambizione di essere leader. Tutto ciò consolidando l'impegno verso uno sviluppo sostenibile dei prodotti e dei processi industriali con prodotti studiati per ridurre il consumo di energia e l'emissione di VOC (sostanze organiche volatili), sicuri per l'ambiente, per gli addetti alla produzione, per gli applicatori e per gli utilizzatori finali. Un impegno per la tutela dell'ambiente e della salute che si esprime anche nel lavoro di progettazione, come la costruzione di stabilimenti con materiali locali ed ecosostenibili.

Nel 2015 il Gruppo ha proseguito la sua crescita nei 5 continenti anche da un punto di vista commerciale, produttivo e organizzativo con la creazione di nuovi siti industriali, il potenziamento di quelli esistenti e incrementando il numero dei suoi colla-

boratori.

I valori assoluti del mercato interno sono in linea rispetto al 2008, anche se il peso relativo dell'Italia nello stesso arco di tempo si è esattamente dimezzato e sono i mercati esteri ora a garantire al Gruppo il 75% dei ricavi, con valori assoluti esattamente raddoppiati rispetto al 2008.

Ed è proprio l'internazionalizzazione la leva strategica che negli anni ha alimentato questa crescita, portando ora il Gruppo, per la prima volta, a 2,180 miliardi di euro di fatturato, con un aumento annuale di 240 milioni. Un dato che, detto per inciso, rappresenta sette volte il fatturato del secondo più grande concorrente italiano.

Una crescita straordinaria in un momento di crisi globale che rappresenta una soddisfazione per gli oltre 9.000 collaboratori diretti e indiretti che compongono oggi il Gruppo Mapei.

Se è vero che nel 2016 viene ipotizzato un miglioramento della congiuntura dell'edilizia globale - che è attesa in crescita di circa il 3% - la congiuntura economica complessiva si presenta con luci e ombre per diversi fattori, tra i quali la decrescita del prezzo del petrolio.

Nonostante questo, confidiamo di raggiungere risultati importanti con investimenti sia nell'ambito della ricerca sia nel potenziamento degli impianti produttivi esistenti e nella realizzazione di nuovi.

L'obiettivo dichiarato è quello di incrementare ancora la capacità di competere a livello mondiale creando, al contempo, nuova occupazione.

Saper cogliere le opportunità che si presentano e trasformarle in occasioni di crescita e miglioramento. Insieme all'energia dei suoi collaboratori e allo spirito di squadra che ispira da sempre il suo agire, è questa la forza di un Gruppo che prosegue il suo cammino con determinazione e fiducia nel futuro.

*Giorgio Squinzi*

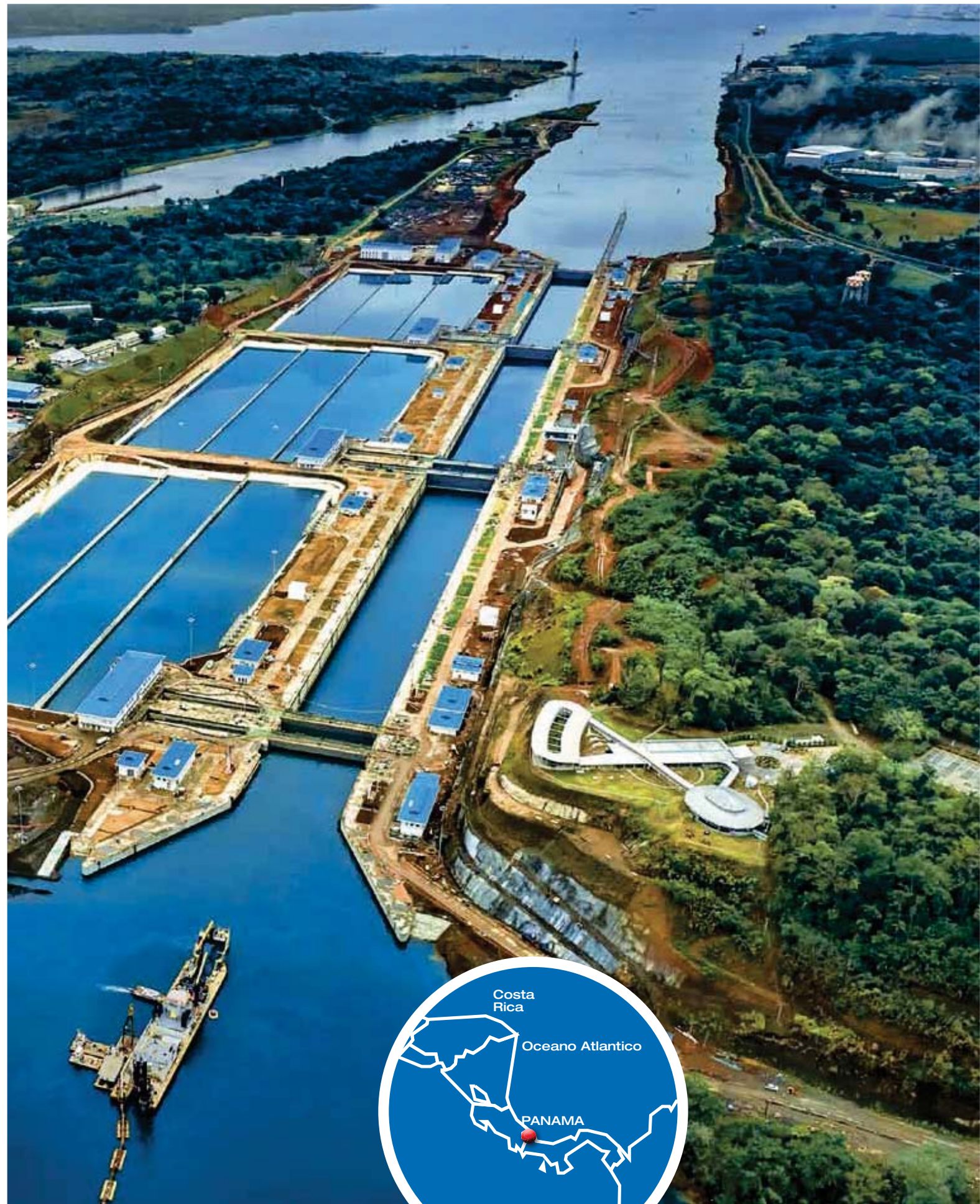




# IL NUOVO CANALE DI PANAMA

C'È MAPEI TRA I PROTAGONISTI DELL'OPERA  
INGEGNERISTICA "MADE IN ITALY" PIÙ  
AMBIZIOSA MAI REALIZZATA AL MONDO









# ¡VIVA MI CANAL, VIVA MI PANAMÁ!



## 26 GIUGNO 2016: APRE IL NUOVO CANALE

La prima nave a imboccare il nuovo Canale di Panama, dal lato Atlantico, è stata un'enorme portacontainer cinese (un gigante marittimo lungo 300 metri largo quasi 50 e con diecimila container a bordo) battente bandiera delle isole Marshall. La Cosco Shipping Panama, ribattezzata così per l'occasione, ha suonato le sirene per oltre due minuti tagliando alle 7:48 del 26 giugno il nastro d'ingresso nelle nuove chiuse di Agua Clara per poi attraversare il lago artificiale Gatún e presentarsi puntuale all'appuntamento del pomeriggio, dopo otto ore di viaggio, davanti alla tribuna d'onore montata accanto alle chiuse gemelle di Cocoli, sul versante Pacifico.

Ad accogliere il moderno mercantile, avanguardia di quelli che verranno, il presidente panamense Juan Carlos Varela, e un drappello di capi di Stato e ministri stranieri.

Canti, balli e spettacoli pirotecnici hanno accompagnato l'inaugurazione del Canale del XXI secolo, un'opera da 5,25 miliardi di dollari. È una vittoria per questa piccola nazione di quattro milioni di abitanti, che sfida la crisi del commercio mondiale e vuole fare dimenticare in fretta il recente scandalo dei "Panama Papers".

Sette anni di lavori, trentamila persone nei cantieri, oltre 5 miliardi di dollari di spesa. Sono alcuni numeri dell'ampliamento del Canale di Panama, cioè le nuove chiuse sia sul

lato dell'Oceano Pacifico che di quello Atlantico, che permettono il passaggio di navi con una portata oltre tre volte superiore.

Dal punto di vista ingegneristico, e non solo, si tratta dell'opera più ambiziosa mai realizzata al mondo. Ed è molto "made in Italy". Sono, infatti, italiane le paratoie costruite della Cimolai, il cuore tecnologico del progetto che ha battuto inaspettatamente la concorrenza statunitense per rinnovare quanto fatto dagli Usa all'inizio dello scorso secolo.

Sono italiani anche il software operativo e molti dei materiali di costruzione speciali tra i quali vi sono quelli forniti e studiati su misura da Mapei, che ha contribuito attraverso la consulenza del suo personale qualificato e la fornitura di additivi di ultima generazione, di malte impermeabilizzanti e di prodotti speciali per le strutture e l'impermeabilizzazione dei bacini.

Il consorzio internazionale è guidato dall'impresa italiana Salini-Impregilo e comprende gli spagnoli della Sacyr, i belgi di Jean de Nul e la panamense Constructora Urbana. Salini Impregilo, al 48% del consorzio costruttivo alla pari della spagnola Sacyr, poco più di due anni fa sbloccò il contenzioso con Panama. "Sette anni fa – ha commentato il Ceo di Salini Impregilo, Pietro Salini – iniziava per noi un lungo viaggio che rappresentava la sintesi tra sogno e sfida che ogni imprenditore e ogni uomo vorrebbe vivere una volta nella vita: realizzare l'opera capace di cambiare il commercio mondiale".





**IN QUESTE FOTO.** Il 26 giugno la grande nave portacontainer Cosco Shipping ha attraversato il nuovo Canale di Panama, che collega l'Oceano Atlantico al Pacifico. Ad accogliere il moderno mercantile, il presidente panamense Juan Carlos Varela e diversi capi di stato e ministri stranieri, oltre a una grande folla in festa.







# 16 PARATOIE

## IL NUOVO CANALE SFRUTTA UN SISTEMA DI 16 PARATOIE LUNGHE 57,60 METRI, LARGHE 11, ALTE 30 METRI E PESANTI 3.000 TONNELLATE CIASCUNA (8 SUL PACIFICO E 8 SULL'ATLANTICO) CHE PERMETTONO ALLE IMBARCAZIONI DI RAGGIUNGERE LE ACQUE DEL LAGO GATÙN

### NUOVI COMMERCII MARITTIMI

Un canale interoceanico lungo 80 chilometri “chiavi in mano” e capace di raddoppiare gli introiti di Panama fino a 5 miliardi di dollari. È davvero iniziata la rivoluzione dei commerci marittimi mondiali. Dalle nuove chiuse del canale potranno passare navi con un carico che può arrivare a 12.600 container (fino ad ora il massimo consentito era di 4.400). Per costruirle sono cambiati gli arsenali di mezzo mondo, mentre i porti del Pacifico e dell'Atlantico - specie statunitensi - hanno già realizzato giganteschi lavori per poter accogliere i nuovi scafi, con un indotto generato di circa 20 volte il costo dell'opera, quindi oltre i 100 miliardi di dollari.

La prima area a beneficiare dell'ampliamento è la costa orientale dell'America settentrionale, perché sarà raggiungibile dall'Asia con una rotta diretta attraverso il Pacifico e non più tramite quella più lunga che attraversa il Mediterraneo e l'Atlantico, con un risparmio di due settimane di navigazione.

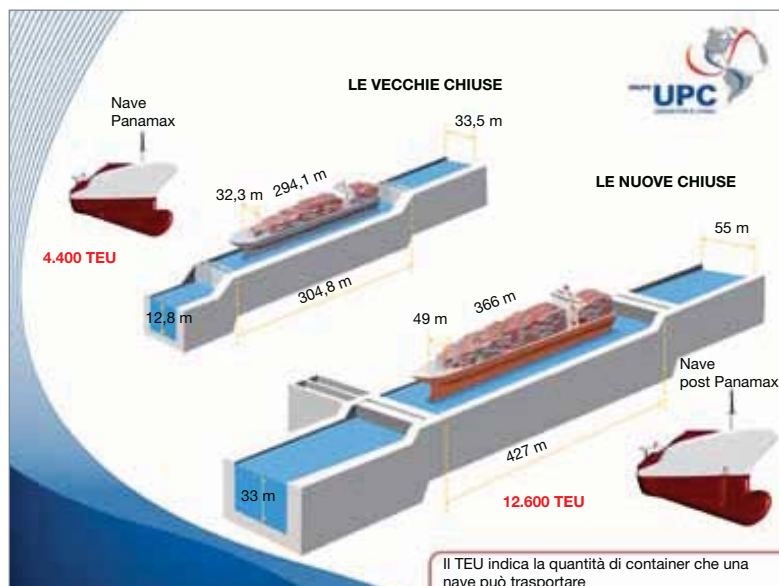
E qualche cambiamento potrà esserci anche per l'Italia, se li saprà cogliere. L'ampliamento del canale di Panama coincide, infatti, con quello di Suez che potrebbe mettere il Mediterra-

neo al centro di molte rotte. Oggi nel “mare nostrum” transita il 19% del traffico mondiale in volume e il 25% per rotte. L'Italia è terza in Europa per traffico merci con 473 milioni di tonnellate ed è prima nei Paesi UE nel corto raggio. In vent'anni il numero dei containers movimentati nei 30 maggiori porti del Mediterraneo è cresciuto del 425% con un tasso medio del 21% annuo. Ma servono novità, sia nelle autorità portuali sia nelle infrastrutture: Gioia Tauro e Genova movimentano oltre due milioni di container, ma sono lontani dai concorrenti diretti Valencia, Algeciras e Port Said.

### GLI ASPETTI TECNICI E IL FUTURO DEL CANALE

Le camere del nuovo sistema di chiuse hanno una lunghezza di 427 metri per 55 di larghezza e 33 di profondità. Lavorano come un gigantesco ascensore che innalza le navi per 27 metri sulla superficie dell'oceano fino al livello del lago artificiale Gatùn e della via navigabile che attraversa l'istmo per poi far ridiscendere le imbarcazioni sulla sponda opposta, pronte per ripartire sulle rotte oceaniche. Accanto ad ogni camera, il Consorzio ha costruito degli enormi bacini per il riciclo dell'ac-





qua: permettono di risparmiare oltre il 60% di questa preziosa risorsa, reimmettendola nel sistema delle chiuse.

Il "vecchio" Canale costruito dagli americani all'inizio del secolo scorso, e che ancora oggi assicura ricavi annuali per 2,5 miliardi di dollari, continuerà a funzionare.

Le autorità panamensi hanno già ricevuto più di 166 prenotazioni, di qui a dicembre. E alcune stime prevedono addirittura un raddoppio degli introiti, fino a 5 miliardi di dollari all'anno, una volta che il nuovo Canale andrà a regime.

Il primo cliente restano gli Stati Uniti, che il 31 dicembre 1999 consegnarono la gestione della preziosa via d'acqua ai panamensi. Ma i cinesi incalzano, con i loro mercantili sempre più monumentali. Tanto che i tecnici dell'Autorità del Canale stanno già lavorando al futuro e analizzando costi e benefici di una quarta corsia, magari ancora più grande dell'attuale.

### NUMERI DA CAPOGIRO

La costruzione del nuovo canale ha richiesto un cantiere enorme con numeri da capogiro: oltre 70 milioni di metri cubi di scavi, 290.000 tonnellate di acciaio, 5,5 milioni di metri cubi

di calcestruzzo, oltre 100 milioni di ore di lavoro. Gioiello del progetto sono le 16 gigantesche paratoie in acciaio, costruite in Italia e trasportate via mare nel corso dei sette anni di costruzione. Ognuna di queste paratoie, dal peso medio di 3.000 tonnellate, esegue in appena quattro minuti il proprio compito: aprire e chiudere le camere d'acqua che - funzionando come enormi montacarichi - permettono alle navi di superare il dislivello di 27 metri esistenti fra il lago artificiale Gatún e i due oceani.

### IL KNOW HOW MAPEI

Attraverso la sua consociata Mapei Construction Chemicals Panama SA, Mapei ha fornito diversi additivi di ultima generazione per la fabbricazione di circa 5.500.000 m<sup>3</sup> di calcestruzzo massivo e marino utilizzati rispettivamente nelle parti interne ed esterne dei getti di realizzazione delle chiuse. DYNAMON XP2 e DYNAMON XP2 Evolution 1 sono stati appositamente studiati per la realizzazione del Canale (si vedano Realtà Mapei 113 e 134).

Dopo numerosi riscontri, effettuati nel laboratorio Mapei ap-



### IN QUESTE FOTO

**FOTO.** Per questo grandioso cantiere, Mapei ha sviluppato un additivo ad hoc, DYNAMON XP2 EVOLUTION 1, che ha dato ottimi risultati in termini di lavorabilità e di posa in opera del calcestruzzo.

# 30.000

**GLI UOMINI AL LAVORO**  
NEI CANTIERI DEL NUOVO CANALE DI PANAMA





positamente predisposto a Panama e incrociati con il laboratorio del GUPC, DYNAMON XP2 è stato impiegato nei primi sei mesi di attività del progetto sia nel lato Atlantico, dove è stato usato il cemento Panama, sia nel lato Pacifico, dove è stato utilizzato il cemento tipo Cemex.

L'obiettivo era quello di garantire una vita utile dell'opera di 100 anni, grazie a un modello che calcola la durabilità del calcestruzzo.

Dopo l'avviamento degli impianti di produzione del calcestruzzo e degli aggregati, sono stati risolti alcuni importanti problemi legati a una forte riduzione delle resistenze meccaniche e di durabilità dei calcestruzzi prodotti dall'impianto.

In questa fase il supporto tecnico di Mapei ha riguardato diverse attività: studio e caratterizzazione chimica e mineralogica delle materie prime utilizzate (aggregati basaltici, pozzolana e cemento); suggerimenti tecnici per la corretta scelta dei materiali flocculanti e coagulanti da utilizzare per il trattamento delle acque di lavaggio degli aggregati, in modo che risultassero compatibili chimicamente con il su-

perfluidificante impiegato nella miscela di calcestruzzo; analisi chimiche e petrografiche; controllo dell'attività pozzolanica dei fanghi basaltici residui del lavaggio, per verificarne l'impiego nella miscela di calcestruzzo e ottimizzare il contenuto di pozzolana naturale.

Su richiesta della committenza, Mapei ha iniziato così a sviluppare un nuovo prodotto in grado di lavorare con i nuovi mix design in corso di verifica presso il laboratorio GUPC.

I tecnici Mapei hanno formulato un nuovo additivo, DYNAMON XP2 EVOLUTION 1, per dare continuità alla grande mole di lavoro svolta in precedenza col vecchio additivo. Questo prodotto è risultato migliore nel mantenimento dei tempi di lavorabilità e di posa in opera del calcestruzzo, con un dosaggio di impiego che risultava minore rispetto a quelli della concorrenza.

#### RISTRUTTURAZIONE DEL CANALE ESISTENTE

Il lavoro ha previsto anche interventi di ristrutturazione sull'originario canale. Mapei ha offerto il suo contributo per il risanamento e il consolidamento delle fondamenta delle Chiuse di Gatún, circa 30 m sottoterra, considerate la struttura di cemento armato più imponente mai costruita.

Il cantiere ha visto l'impiego della malta da ripristino PLANITOP 15 e dello speciale additivo liquido MAPECURE SRA,

# 5.500.000 m<sup>3</sup>

**DI CALCESTRUZZO ADDITIVATO DA MAPEI  
UTILIZZATO NELLE PARTI INTERNE ED ESTERNE DEI  
GETTI DI REALIZZAZIONE DELLE CHIUSE**



# 800.000 m<sup>2</sup>

## DI MANTI SINTETICI

L'IMPERMEABILIZZAZIONE DEI BACINI AUSILIARI PER IL RECUPERO E IL RIUTILIZZO PARZIALE DELL'ACQUA DEL LAGO GATUN HA VISTO L'UTILIZZO DI CIRCA 800.000 M<sup>2</sup> DI MANTI SINTETICI SIBELON PVC-P STUDIATI SPECIFICAMENTE PER LE OPERE IDRAULICHE

appositamente formulato per ridurre la formazione di fessure da ritiro igrometrico in calcestruzzi ordinari e autocompattanti.

### MANTI SINTETICI PER IMPERMEABILIZZAZIONE

Per il terzo set di chiuse - che ha completato l'ampliamento del Canale - è stato messo a punto un progetto sostenibile dal punto di vista ambientale e sociale, definito Water Saving Basins, per mitigare tutti gli impatti sul territorio, sull'ambiente e sulla popolazione. In questo modo si ha un risparmio di acqua pari al 60%: il transito che richiederebbe l'utilizzo di circa 500 milioni di litri di acqua si realizzerà con circa 200 milioni di litri.

Mapei ha contribuito con i manti sintetici SIBELON PVC-P (nome di proprietà della CarpiTech. Prodotto presso gli stabilimenti Polyglass/Mapei Group) all'impermeabilizzazione dei bacini ausiliari per il recupero e il riutilizzo parziale dell'acqua del lago Gatun.

Studiati specificamente per le opere idrauliche, i manti sintetici SIBELON PVC-P, accoppiati con un tessuto non tessuto in Polipropilene, sono stati stesi su una superficie complessiva di circa 800.000 m<sup>2</sup>. Si caratterizzano per un'elevata resistenza ai raggi UV e agli agenti atmosferici e sono in grado di garantire durabilità nel tempo.

Mapei ha fornito numerosi altri prodotti per la realizzazione di quest'opera grandiosa, come PLANIGROUT 300, MAPEGROUT 05/06, IDROSTOP PVC WATERSTOPS, IDROSTOP MULTI 11, MAPEGEL UTT, IDROSILEX PRONTO, MAPEPROOF SWELL, IDROSTOP 10 e IDROSTOP MASTIC.

Per tutti i sistemi si sono predisposti specifici campi prova (con il supporto della Assistenza Tecnica Mapei) atti a stabilirne la perfetta idoneità.

### SCHEDE TECNICHE

**Canale di Panama, Panama**

**Periodo di costruzione:**

1910-1916; nuovo set di chiuse: 2010-2016

**Periodo d'intervento:** 2010-2016

**Intervento Mapei:** fornitura di additivi per il calcestruzzo per la realizzazione delle chiuse del nuovo canale e la ristrutturazione di quelle esistenti, fornitura di manti sintetici per impermeabilizzare i bacini ausiliari

**Progettisti:** Mike Newberry (CICP, Panama), Bernardo González (Grupo Unido Panama Canal, Panama)

**Committente:** ACP (Autoridad del Canal de Panamá)

**Imprese esecutrici:** GUPC (Grupo Unido Panama Canal), composto da Sacyr Vallehermoso (Spagna), Salini - Impregilo (Italia), Jan de Nul (Belgio) e Constructora Urbana (Panama); cancelli in alluminio delle chiuse: Cimolai (Pordenone); valvole idriche dei bacini d'acqua: Hyundai (Corea del Sud)

**Direzione lavori:** ing. Bernardo Gonzales (GUPC)

**Distributore Mapei:** Mapei Construction Chemicals Panama S.A.

### Coordinamento Mapei:

Maurizio Leotta, Roberto Saccone, Renato Soffi (Mapei Spa); restauro vecchio canale: Thomas Lundgren (Mapei Corp.)

### PRODOTTI MAPEI

Realizzazione del calcestruzzo di ristrutturazione del canale originario: Planitop 15\*\*,

Mapecure Sra

Realizzazione del calcestruzzo per l'ampliamento del canale:

Dynamon XP2, Dynamon XP2 Evolution 1

Impermeabilizzazione dei bacini ausiliari: Sibelon C 3250\*,

Sibelon C 3900\*, Sibelon CNT 3750\*, Sibelon CNT 4400\*

Altri prodotti utilizzati per l'ampliamento del canale:

Planigrout 300, Mapegrout 05/06\*\*, Idrostop PVC Waterstops\*\*, Idrostop Multi 11\*\*, Mapegel UTT, Idrosilex Pronto, Mapeproof Swell, Idrostop 10, Idrostop Mastic

\*Il nome Sibelon è di proprietà della CarpiTech. Sibelon è stato prodotto presso gli stabilimenti Polyglass/Mapei Group  
\*\*prodotti negli Stati Uniti da Mapei Corp.



**SOPRA.** Lo scorso 25 giugno Mapei Panama ha festeggiato l'apertura del nuovo tratto del Canale e il suo contributo al progetto con un evento speciale.





## MAPEI A PANAMA

I prodotti Mapei sono presenti sul mercato panamense da più di 20 anni ma è nel 2011 che il Gruppo si è garantito una presenza stabile in questo Paese, acquisendo le attività di Cimpex International Sa relative al solo business degli additivi per il Canale di Panama e fondando Mapei Construction Chemicals Panama Sa. Nella capitale, Panamá, la consociata dispone di uno stabilimento dedicato in primo luogo alla produzione di additivi per calcestruzzo, settore che il Gruppo considera determinante per la crescita in questo Paese e in quelli vicini.

“La presenza di Mapei nel progetto di Panama” ha dichiarato infatti Veronica Squinzi, Direttore dello Sviluppo Strategico e dell’Internazionalizzazione del Gruppo Mapei “rappresenta per noi la porta di ingresso in quell’area, una presenza garantita in loco da una nostra consociata, con tanto di uffici, organizzazione e stabilimento. Non solo. Panama è anche il ponte con il team nordamericano dedicato proprio ai lavori corporate per additivi e per calcestruzzi”.

Non stupisce dunque che gli additivi Mapei siano stati usati per realizzare imponenti opere infrastrutturali panamensi come il già citato ampliamento del Canale, la costruzione della linea 1 della metropolitana di Panamá, del complesso residenziale Terrazas del Rey e la terza fase dell’ampliamento della Cinta Costera.

La consociata dispone oggi di 43 dipendenti che hanno contribuito alla realizzazione di un fatturato di quasi 13 milioni di

dollari nel 2015.

Acquistando i prodotti dalla casa madre e da altre consociate del Gruppo del continente americano, Mapei Panama è in grado di offrire ai propri clienti, oltre agli additivi per calcestruzzo, le soluzioni dell’azienda per la posa di ceramica e pietre, di materiali resilienti, tessili e parquet, prodotti per pavimenti cementizi e in resina, soluzioni per il rinforzo strutturale e per le costruzioni in sotterraneo, prodotti per il recupero degli edifici in muratura, additivi di macinazione e finiture murali.







# MAPEI PANAMA

*Corporate event*

ANCHE MAPEI PANAMA CELEBRA L'ESTENSIONE  
DEL CANALE CON UN POMERIGGIO  
DI FESTA IN UN LUOGO SPECIALE

Se una cerimonia di inaugurazione ufficiale ha festeggiato il passaggio della nave portacontainer Cosco Shipping nel nuovo tratto del canale di Panama denominato "Agua Clara", anche Mapei Construction Chemicals Panama S.A ha voluto festeggiare l'ampliamento del Canale e il proprio contributo alla riuscita di questa storica opera di ingegneria.

Lo ha fatto, non a caso, proprio nell'Agua Clara Visitor Center, che si trova vicino alla città di Colon. Da qui si gode una vista eccezionale: da una parte c'è il famoso Lago Gatún, dove numerose navi cargo e imbarcazioni transitano ogni giorno; dall'altra lo sguardo spazia sull'area dove si sono svolti i lavori di espansione che hanno coinvolto migliaia di persone. Il centro dispone anche di spazi per la ristorazione e l'organizzazione di eventi, come quello che si è svolto lo scorso 25 giugno, giorno del Mapei Panama Corporate Event.

Ai festeggiamenti hanno preso parte 160 persone, tra cui molti rappresentanti del Gruppo Mapei, clienti panamensi (distributori, imprese di costruzione, ecc.), clienti del Costa Rica e rappresentanti di associazioni del settore come CAPAC (Camera panamense delle costruzioni), SPIA (Società panamense degli ingegneri e architetti) e l'ente Canal de Panama. Molti anche i rappresentanti di Mapei Panama, compreso il Direttore Generale della consociata, Tullio Pascale, e quelli del Gruppo Mapei, come Marco Squinzi, Direttore di Ricerca & Sviluppo, Rolf Manser, Direttore regionale per l'America Latina, Walter Nussbaumer, Direttore della linea additivi, Maurizio Leotta, Direttore della Divisione manti impermeabilizzanti sintetici, Roberto Saccone, Senior Project Manager della linea additivi per calcestruzzo, Francesco Surico della Divisione additivi per calcestruzzo





**A SINISTRA.** Mapei Construction Chemicals Panama S.A ha voluto festeggiare l'ampliamento del Canale nell'Agua Clara Visitor Center, che si trova vicino alla città di Colon.

*qui c'è la festa*

dei Laboratori Ricerca & Sviluppo, e Pierluigi Ciferni, Direttore Generale di Polyglass Italia.

A partire dalle 13,30 gli invitati sono stati accolti nell'Agua Clara Visitor Center dove hanno gustato un aperitivo di rinfresco. Poco dopo si è tenuta una "danza dei diavoli degli specchi", una rappresentazione di folclore panamense con attori vestiti con costumi coloratissimi, ampie gonne, copricapi ornati con specchi e pon pon e maschere dall'aspetto spaventoso.

Rolf Manser, Direttore Generale per l'America Latina del Gruppo, e il Direttore Generale di Mapei Panama, Tulio Pascale, hanno ufficialmente aperto la serata di festeggiamenti dando il

benvvenuto a tutti i presenti e illustrando brevemente la presenza e le attività dell'azienda a Panama e nei Paesi vicini.

A questi interventi è seguito un altro breve spettacolo folcloristico panamense con danzatrici in abito tradizionale dalle tonalità vivaci, fiori tra i capelli e gioielli, che hanno cantato e ballato.

Per ribadire a tutti i presenti la forza del Gruppo Mapei e la sua fama a livello globale è stato poi mostrato un video sul contributo dell'azienda a numerosi cantieri in Paesi di tutto il mondo: infrastrutture, fabbriche, strutture sportive, alberghi, edifici pubblici e complessi residenziali... le soluzioni Mapei trovano uso ovunque.



**SOPRA.** La festa si è tenuta presso l'Agua Clara Visitor Center, che offre una vista eccezionale sul Canale e sul paesaggio circostante.



**A SINISTRA.** L'arrivo degli ospiti al luogo dell'evento. **A DESTRA.** Dopo l'arrivo gli ospiti sono stati intrattenuti con un rinfresco e uno spettacolo di danza folcloristica panamense.





A Panama e, in particolare al Canale, si è poi tornati con l'intervento di Walter Nussbaumer che ha spiegato nel dettaglio il contributo di Mapei all'estensione dell'opera, soffermandosi sulle caratteristiche tecniche del calcestruzzo utilizzato per i lavori, lo sviluppo di additivi Mapei adatti a queste caratteristiche e la costante assistenza in cantiere dei tecnici del Gruppo alle operazioni di produzione e getto del calcestruzzo.

È stato poi il turno di Maurizio Leotta, che ha evidenziato il contributo di Mapei nella fornitura di soluzioni per l'impermeabilizzazione utilizzate durante i lavori di ampliamento del Canale, contributo concretizzatosi nella fornitura di 800.000 m<sup>2</sup> di manti sintetici, trasportati in loco con 40 container. Nussbaumer e Leotta hanno sottolineato come la presenza di Mapei sul sito del Canale sia stata costante fino al termine dei lavori.

A chiudere la serie dei discorsi ufficiali è stato Marco Squinzi che ha ribadito l'intenzione del Gruppo di continuare a crescere a Panama, sfruttando le proprie competenze tecniche, l'appartenenza a una casa madre di grande fama internazionale e rivolgendo una particolare attenzione alle esigenze dei clienti panamensi.

Dopo un'ulteriore esecuzione di balli panamensi accompagnati da canti tradizionali locali, è stato il momento dei ringraziamenti ufficiali: tutti i rappresentanti del Gruppo che hanno preso parte al progetto del Canale di Panama hanno ricevuto un diploma a ricordo dell'evento, consegnato dallo stesso Marco Squinzi.

Il resto della serata è stato dedicato a un'abbondante cena con piatti tipici, a nuove performance di danze folcloristiche e alla visita degli spazi dell'Agua Clara Visitors Centre che meglio permettevano di godersi il panorama delle nuove chiuse del Canale di Panama.



**IN ALTO.** Rolf Manser, Direttore Generale per l'America Latina del Gruppo, e Tulio Pascale, Direttore Generale di Mapei Panama, hanno dato il benvenuto agli ospiti.

**AL CENTRO.** Lo staff del Gruppo Mapei che ha contribuito al progetto del nuovo tratto del Canale di Panama.

**QUI SOPRA.** Marco Squinzi ha consegnato un diploma a tutti i partecipanti al progetto del Canale.





RINNOVATA LA SEDE DELLA  
CONSOCIATA DEL GRUPPO  
A GRÂCE-HOLLOGNE, CON  
STRUTTURE SPECIFICHE  
PER LA FORMAZIONE

# NUOVI SPAZI PER MAPEI BENELUX

Mapei è presente sul mercato belga e lussemburghese sin dagli anni settanta e, dalla metà degli anni novanta, si è insediata stabilmente in questi Paesi con la nascita di Mapei Benelux S.A/N.V. La decisione di fondare questa società era dovuta sia alla posizione strategica occupata dal Belgio in Europa, sia agli ottimi risultati ottenuti in questi Paesi e soprattutto in Belgio, dove i materiali Mapei erano già stati utilizzati in cantieri importanti come quello del nuovo aeroporto di Bruxelles.

Il 18 aprile del 1997 è stata ufficialmente inaugurata la sede di Mapei Benelux a Grâce-Hollogne, nella provincia di Liegi, in Belgio, alla presenza di autorità regionali, principali e comunali e di molti clienti. La struttura, progettata dall'architetto Walter Pezzetti in collaborazione con lo studio Ingegneri BCT Philippe Colson, comprendeva circa 1.800 m<sup>2</sup> di magazzino e 400 m<sup>2</sup> di uffici. Proprio questo complesso è stato ampliato e rinnovato - su progetto dello studio Louis & Royer - e "festeggiato" il 12 maggio di quest'anno.

## COMPETENZA E PASSIONE PER CONQUISTARE IL MERCATO

Sin dalla sua fondazione Mapei Benelux, che dispone di un'esperta équipe tecnico-commerciale multilingue, si è dimostrata in grado di garantire a tutti gli operatori del mercato un perfetto servizio e un'efficace assistenza tecnica pre e post vendita. Dotazioni essenziali per un mercato che può essere definito

mature e competente, in cui il consumatore presta sempre più attenzione alla qualità. Per distribuire le proprie soluzioni in Benelux, la consociata si è servita sia di rivenditori di ceramica, resilienti e materiali per edilizia, sia di catene DIY (Do it Yourself). Al tempo stesso, ha sempre fatto tesoro della sua vicinanza alle altre filiali del Gruppo (prima fra tutte Mapei France) per la fornitura dei prodotti e per lo scambio di informazioni tecniche e commerciali.

Un altro grande alleato per il successo di Mapei Benelux è stato il grande coinvolgimento del Gruppo Mapei nel ciclismo. Negli anni '90, grazie all'abbinamento con GB e Bricobi, la squadra ciclistica professionista Mapei Cycling Team ha ottenuto grande popolarità in Belgio e Lussemburgo, anche per mezzo a un gruppo di corridori belgi capitanati da Johan Museeuw, che in tre anni ha vinto due coppe del mondo consecutive, un campionato mondiale e uno nazionale, e del velocista belga Tom Steels, per due volte campione nazionale del Belgio. Tutto questo ha contribuito ad accrescere la popolarità del marchio Mapei in Belgio e Lussemburgo sia tra gli operatori del settore dell'edilizia che tra i consumatori finali.

I prodotti Mapei sono stati scelti per contribuire a importanti progetti architettonici che hanno portato alla realizzazione del Parlamento di Bruxelles, della Maison de la Radio, del Palazzo Berlaymont di Bruxelles, sede della Commissione Europea, della Banca Van Breda di Aversa, dello showroom Audi Test





» IL NUOVO SPAZIO DI FORMAZIONE PUÒ ACCOGLIERE FINO A 50 PERSONE PER CORSI TEORICI E DIMOSTRAZIONI DI PRODOTTO

di Kortenberg, dell'Hotel Crown Plaza di Liegi e di molti centri commerciali in Belgio e Lussemburgo.

Il legame di Mapei con la comunità e la storia del Belgio ha spinto poi l'azienda nel 2012 a donare al Consolato Generale italiano di Charleroi un mosaico, realizzato dalla consociata del Gruppo Mosaico+ e realizzato con prodotti Mapei. Il mosaico, che richiama le bandiere dell'Italia e del Belgio all'interno di una cornice blu (colore simbolo sia di Mapei che dell'Unione Europea), ha un valore simbolico che intende ricordare la storia della comunità italiana in Belgio, caratterizzata al tempo stesso da sacrifici e integrazione.

**SEMPRE PIÙ GRANDI, SEMPRE PIÙ "FORMATI"**

Ma la storia di Mapei in Belgio e Lussemburgo non finisce qui. Anche se la consociata può dirsi orgogliosa dei risultati degli ultimi dieci anni (e in particolare di un fatturato annuo di 25 milioni di euro e di un personale di quasi 50 unità), intende comunque proseguire il suo cammino di crescita in questi Paesi. Per meglio rispondere alle richieste del mercato e dei clienti, la società ha deciso di ampliare la propria sede. Dopo diversi mesi di lavori, i nuovi spazi permettono oggi allo staff di Mapei Benelux di rispondere adeguatamente ai bisogni degli operatori del mondo dell'edilizia. Un magazzino con una capacità di stock triplicata, un laboratorio per calcestruzzo (strumento particolarmente utile sul mercato belga), un moderno centro di formazione e uno showroom sono le novità che apporteranno un valore aggiunto in termini di qualità ai servizi offerti da Mapei ai professionisti. Anche gli uffici dell'amministrazione hanno subito un restyling, utilizzando prodotti Mapei sia per la realizzazione di pareti che di pavimenti, per offrire un ambiente

di lavoro più confortevole a chi ci lavora ogni giorno.

Tuttavia le vere novità della filiale Mapei Benelux a Grâce-Hollogne sono il centro di formazione e lo showroom dove sono esposte a grandezza naturale le lastre dei sistemi di prodotto. Il nuovo spazio di formazione può accogliere fino a 50 persone per corsi teorici e dimostrazioni di prodotto. Secondo Jean-Michel Grégoire, Direttore Generale di Mapei Benelux s.a, si tratta di "un'opportunità fantastica. Il nuovo centro di formazione ci permette di accogliere i nostri clienti, professionisti del mondo dell'edilizia, in un ambiente confortevole, sereno e di qualità. Durante i corsi di formazione, rilasceremo certificazioni Mapei per la posa e l'utilizzo dei nostri prodotti".

**OSPITI IMPORTANTI**

All'inaugurazione della sede rinnovata di Mapei Benelux, lo scorso 12 maggio, erano presenti circa 500 persone tra clienti, collaboratori, autorità politiche locali e dirigenti del Gruppo Mapei. Tra di loro anche Pascale Delcominette, Amministratrice Generale dell'AWEX (Agenzia della Vallonia per l'export e gli investimenti esteri), Patrick Simon, portavoce di Jean-Claude Marcourt, Vice-Presidente del Governo e Ministro dell'Economica e dell'Innovazione, e Angela Quaranta, Sindaco di Grâce-Hollogne.

Hanno accolto gli ospiti, oltre a Jean-Michel Grégoire, Giorgio Squinzi, Amministratore Unico di Mapei SpA e Presidente del Gruppo Mapei, Marco Squinzi, Direttore di Ricerca e Sviluppo del Gruppo, e Veronica Squinzi, Global Development Director del Gruppo. Presenti anche Roberto Boselli, Direttore delle attività produttive del Gruppo Mapei, Flavio Terruzzi, Direttore Export per Mapei SpA, Marco Roma, Corporate Area Manager di

**SOPRA.** Il nuovo centro di formazione di Mapei Benelux può accogliere fino a 50 persone.

**A DESTRA.** Un rinfresco è stato offerto a clienti, autorità e dipendenti presenti all'inaugurazione della nuova sede di Grâce-Hollogne.







1

**FOTO 1.** Patrick Simon, portavoce di Jean-Claude Marcourt (Vice-Presidente del Governo e Ministro dell'Economica e dell'Innovazione).



2

**FOTO 2 e 3.** Angela Quaranta, Sindaco di Grâce-Hollogne, e Giorgio Squinzi, Presidente del Gruppo Mapei, con Veronica Squinzi (a destra) e Marco Squinzi (a sinistra).



3

Mapei per il Benelux, e Andrea Perini, Corporate Area Manager di Mapei SpA.

Patrick Simon ha sottolineato l'importanza di questo ambizioso investimento: «Mapei cresce grazie a continui sviluppi e diversificazione delle sue infrastrutture, dei suoi servizi e dei suoi prodotti. Sono felice di contribuire a questo dinamismo positivo, che influenza tutto il territorio.»

Il Direttore Generale di Mapei Benelux ha illustrato i nuovi spazi e i nuovi mezzi con cui la società intende affrontare la non rosea situazione del mercato belga delle costruzioni: all'interno di un'economia nazionale che è stimata crescere dell'1% (in confronto all'1,5% della crescita globale) nel 2016, l'edilizia residenziale rimane stagnante così come l'edilizia non residenziale. Sebbene gli investimenti pubblici non rappresentino che l'1,7% del PIL (contro il 3% della media europea), secondo Jean-Michel Grégoire, il mercato delle ristrutturazioni lascia intravedere segnali di speranza, dovuti alla presenza di un patrimonio immobiliare datato che necessita urgentemente di interventi di riqualificazione e rinnovo. Al tempo stesso, il progetto di espansione di Mapei Benelux si inserisce perfettamente nel piano di sviluppo del Gruppo Mapei, che nel 2015 ha registrato una crescita del 13% e intende proseguire su questa linea. Grégoire ha infine ringraziato tutti coloro (autorità, dipendenti, progettisti, imprese, membri di Mapei SpA) che hanno contribuito alla realizzazione dei nuovi spazi: «I lavori ci hanno richiesto molto impegno ma oggi siamo fieri di presentarli a tutti gli invitati.»

Dopo il taglio del nastro e un gustoso buffet, gli ospiti sono stati intrattenuti da un concerto della cantante Daria Biancardi, accompagnata da un chitarrista.



4

**FOTO 4.** il discorso ufficiale di Jean-Michel Grégoire, Direttore generale di Mapei Benelux.

**FOTO 5.** Il taglio del nastro con autorità locali e membri del Direttivo Mapei.

**FOTO 6.** La giornata di festa si è conclusa con un concerto della cantante Daria Biancardi, accompagnata da un chitarrista.



5



6





## TECNICA E MODERNA: LA SEDE DI MAPEI BENELUX

INTERVISTIAMO GLI ARCHITETTI DELLO STUDIO LOUIS&ROYER, CHE HANNO PROGETTATO L'AMPLIAMENTO DELLA SEDE A GRÂCE-HOLLOGNE, E L'ARCHITETTO MARCO MANZONI DI MAPEI SPA CHE HA CURATO LA SCELTA DEI PRODOTTI

**COME STUDIO LOUIS&ROYER AVETE PROGETTATO E SEGUITO L'AMPLIAMENTO E IL RINNOVO DELLA SEDE DI MAPEI BENELUX. QUALI SONO STATE LE RICHIESTE INIZIALI DEL CLIENTE?**

Il cliente ci aveva chiesto un ampio intervento che prevedeva innanzitutto il rinnovo della parte esterna degli edifici, tenendo in considerazione l'attuale corporate identity che connota il Gruppo Mapei a livello internazionale. Il progetto architettonico ha previsto anche l'uni-

formazione degli edifici alle normative edilizie attualmente in vigore in Vallonia. L'altra richiesta prevedeva il raddoppio della metratura del magazzino, che doveva passare da 1.800 a 3.840 m<sup>2</sup>. Questo intervento ha richiesto la costruzione di quattro zone di carico, completate dai relativi uffici di supporto logistico e da un grande parcheggio in grado di accogliere i camion in attesa del carico-scarico.

La riorganizzazione del layout interno degli uffici, inoltre, doveva prevedere per ogni settore direzionale un piano dedicato: il settore commerciale al piano terra e quello amministrativo e finanziario al primo piano. La circolazione verticale è stata localizzata all'esterno dell'edificio, così da permettere agli uffici di estendersi il più possibile e consentire eventuali ampliamenti della struttura.

**PROGETTUALMENTE COME AVETE AFFRONTATO IL CONCEPT ARCHITETTONICO?**

La filosofia globale dell'intervento è stata influenzata da diversi fattori, a cominciare dalle precise esigenze tecniche di un'azienda come Mapei. Abbiamo pre-



**IN ALTO.** L'ingresso della sede di Mapei Benelux a Grâce-Hollogne, recentemente ampliata.  
**SOTTO.** La visita dei magazzini da parte della direzione di Mapei SpA.





» IL SUPPORTO TECNICO DATO DA MAPEI HA PERMESSO L'EFFETTIVO SVILUPPO DEL PROGETTO



visto perciò uno spazio da destinare al laboratorio, nel quale si effettuano test e controlli su prodotti esistenti e ne vengono sviluppati di nuovi. Altra area fondamentale è stata quella destinata alla formazione, poiché Mapei organizza regolarmente corsi per tecnici e applicatori sull'utilizzo dei suoi prodotti. È stato perciò previsto, già in fase di progetto, un settore dedicato a questo tipo di attività. Accanto è stato localizzato uno showroom tecnico, dove sono esposti e illustrati i sistemi delle linee Mapei.

La committenza voleva inoltre dare un nuovo aspetto esteriore all'edificio in modo da avere anche una maggiore efficienza energetica. Il cliente ha inoltre chiesto che i nuovi edifici fossero confortevoli e accoglienti per fornitori, clienti e addetti e che prevedessero la possibilità di un ulteriore ampliamento, in linea con i progetti aziendali di sviluppo.

**PER QUESTIONI PRATICO-LOGISTICHE ERA NECESSARIO COLLEGARE IL MAGAZZINO CON GLI**

**UFFICI COMMERCIALI E L'AREA DI FORMAZIONE. COME CI SIETE RIUSCITI?**

Nell'elaborazione del progetto abbiamo tenuto presente due obiettivi: mantenere le strutture esistenti, riorganizzando le aree di traffico e le diverse funzioni, e utilizzare lo stesso linguaggio architettonico, valorizzando i volumi presenti. Questo approccio ci ha permesso di non sforare il budget previsto, anche tenendo conto delle limitate demolizioni. Abbiamo diviso i lavori di riqualificazione in tre fasi così da non interrompere le attività aziendali. La scelta operativa di non interrompere le attività, in particolare quella del settore vendita, ha significato dover apportare dei cambiamenti organizzativi sia per quello che riguardava la fase di costruzione che quella di sicurezza del cantiere. Questo ha comportato una stretta collaborazione con l'Assistenza Tecnica Mapei che, insieme all'utilizzo e all'immediata disponibilità dei prodotti Mapei, ha permesso il rispetto della tempistica prevista.



**IN QUESTA PAGINA.** Alcune immagini del nuovo showroom.





**SOTTO.** Gli spazi comuni sono semplici e minimali, nel rispetto dei più alti standard qualitativi.

## LA SCELTA DEI PRODOTTI

Per la parte relativa alle finiture d'interni, in particolare le pavimentazioni e le finiture murali, è stata rispettata l'idea progettuale degli architetti Louis & Royer, individuando soluzioni che mantenessero intatta la scelta estetica e formale semplice e minimale. L'edificio adibito principalmente alle attività formative - composto da uno Showroom, un'area per i corsi, uffici per assistenza tecnica e per le attività di marketing e un laboratorio - necessitava di materiali in grado di garantire l'esecuzione delle varie attività nel migliore dei modi, mantenendo un elevato standard qualitativo ed estetico. Nello Showroom si è scelto di realizzare un pavimento decorativo cementizio con inerti colorati utilizzando la malta autolivellante ULTRATOP con effetto terrazzo, mentre sulle pareti è stata stesa l'idropittura DURSILITE. Nell'area destinata alla formazione il pavimento è stato

realizzato con la pasta cementizia spatolabile ULTRATOP LOFT e per le pareti sono stati scelti DURSILITE e SILEXCOLOR MARMORINO. Negli uffici di assistenza tecnica e marketing sul pavimento è stata posata la moquette e sulle pareti è stata stesa DURSILITE. Questa idropittura ha permesso di realizzare in ogni ufficio un colore forte su una parete, mantenendo lo spazio nella sua totalità armonico e piacevole. Nell'area dedicata al laboratorio e alle prove la pavimentazione è stata realizzata con il rivestimento epossidico autolivellante MAPEFLOOR I 320 SL CONCEPT e sulle pareti è stata stesa DURSILITE. Nei bagni, pavimenti e rivestimenti sono stati realizzati con i mosaici di Mosaico+ (consociata del Gruppo Mapei) e con piastrelle in ceramica, abbinati alla finitura murale SILEXCOLOR MARMORINO a effetto gesso.

Nell'edificio destinato agli uffici commerciali, per i pavimenti dell'ingresso e del corridoio la scelta è caduta su ULTRATOP LOFT, mentre negli uffici, per rendere più confortevole lo spazio, si è scelto un pavimento in parquet prefinito. Sempre negli uffici le pareti sono state tinteggiate con DURSILITE, scegliendo colori dai toni delicati. Per valorizzare le scale come spazi di passaggio in entrambi gli edifici è stato scelto SILEXCOLOR TONACHINO con effetto Glitter.

## AVERE UN PARTNER ESPERTO COME MAPEI VI HA AIUTATO NELL'ELABORAZIONE DEL PROGETTO E NEL COMPLETAMENTO DEL CANTIERE?

Mapei SpA e Mapei Benelux hanno sempre lasciato che la nostra sensibilità architettonica si esprimesse, fermo restando che il progetto doveva soddisfare i bisogni dell'azienda e rispettare le tempistiche date. Il supporto tecnico dato da Mapei ha permesso l'effettivo sviluppo del progetto, grazie anche alle specifiche schede tecniche fornite. Durante i lavori di costruzione, la presenza dell'Assistenza Tecnica Mapei non solo ha dato vita a una stretta collaborazione, ma la loro lunga esperienza ci è venuta in aiuto per risolvere i problemi che inevitabilmente si presentano durante un intervento.



**Arch. Marco Manzoni.** Mapei SpA





# MAPEI IN BENELUX: UNA SELEZIONE DI LAVORI

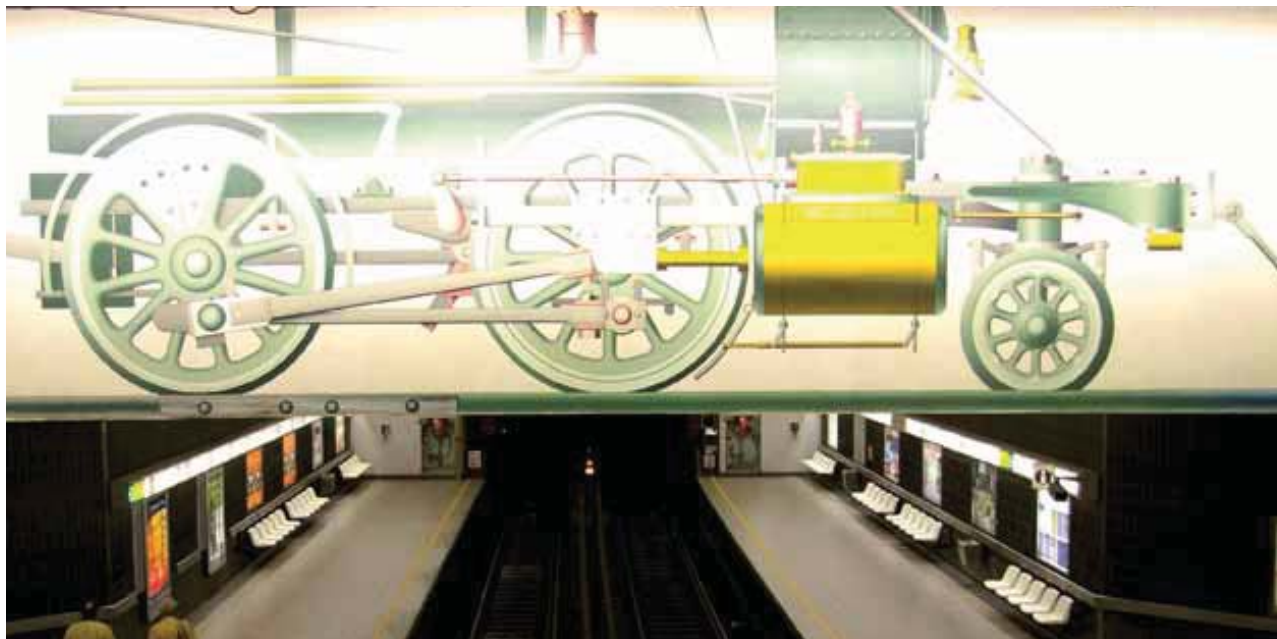
PRESTIGIOSE SEDI ISTITUZIONALI, LOCALI COMMERCIALI, HOTEL DI LUSO,  
INFRASTRUTTURE E LUOGHI CULTURALI: A QUESTO E A MOLTO ALTRO HA  
CONTRIBUITO MAPEI BENELUX NEL CORSO DELLA SUA STORIA.



## TEATRO DELL'OPERA REALE DELLA VALLONIA **LIEGI - BELGIO**

Situato nel centro di Liegi, questo teatro è uno dei luoghi culturali più importanti del Belgio. L'edificio è stato restaurato negli anni 2009-2012 ed è dotato di tecnologie sceniche e scenografiche all'avanguardia. In quest'occasione vari prodotti Mapei sono stati impiegati per il trattamento dei sottofondi (ECO PRIM T, ECO PRIM PU 1K, FIBERPLAN, NIVORAPID), la posa di pavimenti tessili (ULTRABOND ECO 540) e la posa di piastrelle ceramiche in varie aree del complesso (ADESILEX P9, KERAFLEX, ULTRACOLOR PLUS).





## STAZIONE GRIBAUMONT DELLA METROPOLITANA, **BRUXELLES - BELGIO**

La stazione di Gribaumont, all'interno del sistema di trasporto metropolitano di Bruxelles, è stata aperta nel 1971. Nel 2008 sono stati eseguiti dei lavori di rinnovo che hanno portato alla sostituzione degli originari pavimenti in quadrotte di gomma nere con nuovi pavimenti in gres porcellanato. I massetti sono stati realizzati con TOPCEM e trattati con EPORIP, prima della posa delle piastrelle con ADESILEX P4, della stuccatura delle fughe con KERACOLOR FÜGENSCHLAMMÖRTEL (distribuito in Belgio da Mapei Benelux) e della sigillatura dei giunti con MAPESIL AC.

## RER **LIMELETTE - BELGIO**

Lungo il troncone della RER (la rete di trasporto veloce belga) che unisce Bruxelles al comune di Gemboux, la malta MAPEFILL F, dove necessario miscelata con quarzo, è stata utilizzata per ancoraggi di elementi in calcestruzzo dei viadotti e dei relativi parapetti, oltre che per il fissaggio delle guide metalliche che supportano i binari.



## HOTEL CROWN PLAZA **LIEGI - BELGIO**

I lavori di rinnovo di questo lussuosissimo hotel prevedevano la posa di nuovi pavimenti in parquet nei saloni. Per questo intervento sono stati usati gli adesivi ULTRABOND P902 2K e ULTRABOND P990 1K. I pavimenti tessili delle camere sono stati invece incollati con gli adesivi ULTRABOND ECO FIX e ULTRABOND ECO 520.





## QUARTIER GENERALE NATO BRUXELLES - BELGIO

Il nuovo quartier generale della NATO è stato costruito tra il 2010 e il 2015. Su sette piani ospita 4.500 addetti insieme a uffici, un centro convegni, sale da riunione, un ristorante, una banca, una palestra e zone relax, un magazzino e un'officina. Vari prodotti Mapei hanno contribuito alla sua costruzione: TOPCEM per la realizzazione dei massetti nelle docce, negli spogliatoi, nelle cucine e nella piscina; KERALASTIC, ELASTORAPID, KERAPOXY e ULTRACOLOR PLUS per la posa e la stuccatura di piastrelle ceramiche nei bagni, negli spogliatoi, nelle cucine e nella piscina. I sottofondi delle docce sono stati impermeabilizzati con MAPEGUM WPS. Per impermeabilizzare la piscina sono stati usati MAPEBAND e MAPELASTIC, mentre con ULTRATOP sono stati realizzati i pavimenti dei parcheggi.

## TUNNEL SOUMAGNE BELGIO

Questo tunnel, che con i suoi 6.505 m di lunghezza è il più lungo del Belgio, si estende lungo la linea ferroviaria ad alta velocità che connette Bruxelles, Parigi, Colonia, Amsterdam e Londra. Per la sua realizzazione sono stati usati additivi per calcestruzzo Mapei come il superfluidificante DYNAMON SX e il coadiuvante di pompaggio MAPEPLAST PMX.



## PALAZZO BERLAYMONT BRUXELLES - BELGIO

A trent'anni dalla sua costruzione la sede della Commissione Europea è stata sottoposta a un intervento di ristrutturazione per adeguarla ai nuovi standard qualitativi e alle esigenze di utilizzo. Nel corso dei lavori sono stati utilizzati numerosi prodotti Mapei per la bonifica dell'amianto (PRIMER G, MAPECOAT I24 SQ, ULTRAPLAN MAXI), per la posa di nuovi pavimenti in ceramica (ADESILEX P4, GRANIRAPID, ISOLASTIC, KERABOND, KERAFLEX, KERAPOXY), per l'impermeabilizzazione dei sottofondi (MAPEBAND, MAPEGUM WPS), per la posa di pavimenti tessili (ULTRABOND ECO FIX) e per la realizzazione di pavimenti cementizi (MAPEFLOOR I 500W, ULTRATOP).





## CHIUSA DI LANAYE BELGIO

Il complesso di chiuse di Lanaye è un punto strategico all'interno della rete di vie fluviali navigabili di Francia, Belgio, Paesi Bassi e Germania. Situato tra il Belgio e i Paesi Bassi, ospitava solo 3 chiuse fino al 2011, quando sono iniziati i lavori per realizzarne una quarta, lunga 225 metri e larga 25 m, dotata di una stazione di pompaggio e di una centrale idroelettrica. Mapei ha contribuito alla sua realizzazione fornendo additivi per calcestruzzo come DYNAMON SX 32, DYNAMON SP1, DYNAMON EASY 21, MAPETARD e DYNAMON EASY 11.



## AUDI TEST CENTER E SHOWROOM KORTENBERG - BELGIO

Nel nuovo Audi Center di Kortenberg, città nel nord del Belgio, diversi prodotti Mapei sono stati utilizzati per la realizzazione dei pavimenti in legno: il primer ECO PRIM PU 1K TURBO per il trattamento dei sottofondi, l'adesivo ULTRABOND P913 2K per la posa del parquet a piano terra e ULTRABOND ECO S945 1K per la posa dei pavimenti in legno al primo piano.



## BANCA VAN BREDA ANVERSA - BELGIO

La storica sede del gruppo bancario belga Van Breda ad Anversa è stata restaurata nel 2007. È stata questa l'occasione per rinnovare pavimenti e pareti con piastrelle di gres porcellanato di grandi dimensioni, incollate con l'adesivo cementizio ULTRAFLEX S2 MONO (questo prodotto è oggi sostituito dalla famiglia di prodotti ULTRALITE).









# ARESE SHOPPING CENTER “IL CENTRO”

—  
DA INDUSTRIA AUTOMOBILISTICA A CENTRO  
COMMERCIALE: LA NUOVA VITA DI UN SITO INDUSTRIALE





**SOPRA.** Negli spazi di accesso esterni le piastrelle sono state posate con KERAFLEX.

**A SINISTRA.** Sul pavimento degli anelli che collegano i negozi, dopo l'applicazione di EPORIP e PLANITOP FAST 330, le piastrelle sono state incollate con KERAFLEX MAXI S1 e ULTRACOLOR PLUS.

## LA STORIA DEL SITO

Gli stabilimenti Alfa Romeo ad Arese furono aperti nel 1963 perché lo stabilimento del Portello a Milano era diventato insufficiente. Nel 1982 il sito di Arese contava circa 19.000 dipendenti e produceva automobili storiche come l'Alfetta e la Nuova Giulietta. Nel 1986 l'Alfa Romeo è stata ceduta dalla Fiat all'Iri: nel passaggio i dipendenti si sono ridotti a 6.000 unità. Nel 2002 il marchio è diventato di proprietà di Aig Lincoln e nel 2005 l'Alfa Romeo ha terminato la produzione di auto ad Arese. Dopo anni di incertezza e progetti mai portati a termini, nel 2013 è iniziato il recupero del sito con il progetto del centro commerciale, un parcheggio da 10.000 posti pensato per accogliere i visitatori di Expo 2015 e poi chiuso al termine dell'evento, un polo di piccole e medie imprese e la sede operativa del Customer Services Centre del Gruppo FCA, a cui si è affiancata l'opera di valorizzazione dell'ex pista di collaudo e il Museo Storico Alfa Romeo.



A poche ore dall'inaugurazione, quello che ora è il più grande centro commerciale d'Europa sembrava ancora un immenso cantiere con muletti, gru, trapani e martelli al lavoro. Intanto, a fianco di operai e tecnici, gli addetti alla vendita predisponavano le vetrine, vestivano i manichini, sballavano gli scatoloni con la merce da esporre, davano gli ultimi tocchi agli spazi per la ristorazione.

Il 14 aprile ad Arese, su una cospicua porzione del sito industriale dell'ex Alfa Romeo - dove dal 1963 ai primi anni 2000 sono stati prodotti tutti i modelli del prestigioso marchio milanese - è stato inaugurato l'Arese Shopping Center "Il Centro". Un enorme shopping mall che all'interno dei suoi 120.000 m<sup>2</sup> di superficie totale offre al visitatore 200 negozi, 25 ristoranti, un polo sportivo indoor e outdoor, un centro diagnostico dell'Humanitas e un enorme parcheggio. Tutto per accogliere, secondo le previsioni, circa 13 milioni di persone l'anno.

### STORIA DI UN SITO INDUSTRIALE

Il nuovo centro commerciale va a sostituire quello che fino a pochi anni fa era un tempio storico del lavoro operaio e indu-

striale in Italia e che tutti ad Arese continuano a chiamare Alfa Romeo. Arrivando dall'autostrada dei Laghi, è proprio l'insegna rossa del museo della casa automobilistica che si individua per prima. Di fronte al centro è rimasta la struttura della pista di collaudo, oramai abbandonata da anni, che è stata trasformata in pista di insegnamento alla guida sicura. Accanto, due nuovi edifici ospitano le aule didattiche e lo showroom con le macchine d'epoca.

L'impianto industriale Alfa Romeo di Arese, attivo dal 1963 al 2005, occupava un'area molto ampia a nord di Milano che oltre ad Arese toccava i comuni di Lainate, Garbagnate Milanese e Rho.

La zona si trova in un nodo strategico della mobilità lombarda ed è in prossimità di importanti infrastrutture stradali come l'Autostrada dei Laghi per l'Aeroporto di Milano-Malpensa, l'autostrada A4 e la Tangenziale Ovest che collega le autostrade A1 e A7.

### IL PROGETTO DELLO SHOPPING CENTER

Il progetto de Il Centro è stato realizzato dagli architetti Michele



De Lucchi (che ha firmato anche la riqualificazione della ex pista di collaudo Alfa Romeo), Davide Padoa e Arnaldo Zappa, secondo criteri di risparmio energetico e di sostenibilità ambientale. Lo studio Design International dell'arch. Padoa ha dato forma al progetto ispirandosi al concept dei grandi mall internazionali e ha configurato un edificio unico dalle linee classiche, in grado di affiancare il design proposto dello studio Michele De Lucchi, che invece ha firmato le aree Fashion Court e Ipermercato.

Fashion Court è ispirata al londinese spazio coperto del Covent Garden ed è stata concepita come una piazza, con lo scopo di creare un punto di aggregazione sul quale si affacciano direttamente i diversi negozi tra cui Primark, noto brand irlandese che per il suo primo punto vendita in Italia ha scelto proprio Arese, aprendo uno spazio di oltre 5.000 m<sup>2</sup>. Il concept architettonico si articola in un sistema di piazze - ognuna con una propria identità - e si caratterizza anche per l'ampia rampa interna.

Per quanto riguarda l'Ipermercato, i progettisti hanno voluto realizzare una sorta di estensione del punto vendita anche all'esterno dello stesso, realizzando un'area dedicata ai prodotti freschi, da consumare direttamente sul posto.

Secondo l'arch. Davide Padoa, che ha progettato diversi esempi di *retail architecture* in questi ultimi anni, l'Arese Shopping Center è stato ideato non come una semplice "vetrina" di negozi lungo una galleria commerciale, ma immaginando veri e propri palazzi e piazze che si aprono lungo la via. L'utilizzo del legno sia per la copertura che per le facciate si ispira all'architettura rurale ed è stato proposto da Michele De Lucchi, che nel fronte formato da un intarsio di elementi di legno ha voluto ricordare i sistemi di ombreggiatura dei fienili e delle cascine lombarde.

Particolarmente innovativa è stata anche la tecnica utilizzata nella progettazione e realizzazione della copertura in legno, fino ad ora mai applicata in un centro commerciale. La struttura del tetto è in Glulam, un particolare legno lamellare strutturale realizzato con materiali sostenibili ed è una tra le più grandi mai realizzate in Europa.

L'intero complesso è stato progettato secondo rigidi criteri di risparmio energetico e di sostenibilità ambientale, in linea con gli standard richiesti dal U.S. Green Building Council, per potersi fregiare della certificazione LEED di livello Gold.

## SCHEDA TECNICA Shopping Center "Il Centro", Arese

**Periodo di costruzione:**  
2013-2016

**Periodo di intervento:**  
2015-2016

**Intervento Mapei:**  
fornitura di prodotti per l'impermeabilizzazione, la preparazione dei sottofondi, la realizzazione dei sottofondi, la posa di pavimenti e rivestimenti in materiali vinili e piastrelle in grès porcellanato e per la realizzazione di pavimentazioni in resina

**Progettista:** archh. Michele De Lucchi, Davide Padoa, e Arnaldo Zappa

**Committente:** Finiper SpA  
**Impresa esecutrice:** Itinera SpA, Moretti SpA, Spazio Futuro Group

**Impresa di posa:** Ripa (BS) per il primo e il secondo anello dei due piani che collegano i negozi; 2 ERRE srl (Ponte San Pietro, BG) per la posa

in esterno

**Coordinamento Mapei:**  
Matteo Venturini, Davide Ottolini, Andrea Serafin, Andrea Lodi, (Mapei SpA)

## PRODOTTI MAPEI

Preparazione supporti: Eco Prim PU 1K, Eco Prim T, Eporip, Latex Plus, Nivorapid, Planiprep 4 LVT, Planitop Fast 330, Primer SN, Quarzo 1,2, Triblock P, Ultraplan, Ultraplan Maxi

Posa delle piastrelle:  
Kerabond, Keracolor GG, Keraflex, Keraflex Maxi S1, Kerapoxy Design, Ultracolor Plus, Ultralite S1

Posa del materiale vinilico:  
Adesilex MT32, Ultrabond Eco 4 LVT, Ultrabond Eco V4 SP

Pavimenti in resina: Mapefloor I 910, Ultratop

Per maggiori informazioni sui prodotti visitare il sito internet [www.mapei.it](http://www.mapei.it)

## IL CONTRIBUTO DI MAPEI

Anche Mapei, tramite la sua Assistenza Tecnica è stata coinvolta nella costruzione di questo importante complesso commerciale e ha coadiuvato progettisti e imprese sia durante la realizzazione delle strutture interne sia nella posa dei rivestimenti scelti negli spazi vendita. A intervento finito, Mapei e i suoi prodotti hanno contribuito alla realizzazione di oltre 100 negozi con soddisfazione di committente, impresa e clienti. Tante le linee e i prodotti consigliati, in particolar modo quelli appartenenti alla linea ceramica e resilienti.

**A SINISTRA.** Nel punto vendita Mediaworld, prima della posa, i sottofondi sono stati livellati con la rasatura autolivellante a indurimento ultrarapido ULTRAPLAN.

**AL CENTRO.** Sulla superficie poi è stato applicato a rullo il primer acrilico ECO PRIM PU 1K, cosparso a saturazione con QUARZO 1,2.

**A DESTRA.** Il committente ha optato per un rivestimento in lastre di LVT, posate con il sistema di posa ecocompatibile ULTRABOND ECO 4 LVT.







- 1 Pittarosso
- 2 Nyx
- 3 Oysho
- 4 McDonald's
- 5 Zara
- 6 Calvin Klein
- 7 Pull & Bear
- 8 Ristò
- 9 Toys
- 10 Sisley

## LINEA CERAMICA

Le piastrelle in ceramica e i materiali lapidei naturali e ricomposti sono prodotti molto usati per pavimenti e rivestimenti nei centri commerciali. Mapei offre una gamma completa di prodotti per la scelta del sistema di posa più adatto ad ogni ambiente, che comprende adesivi cementizi e in pasta, leganti idraulici per massetti, appretti, rasature, riempitivi per fughe, sigillanti. Nel centro commerciale di Arese, questi prodotti sono stati utilizzati per posare migliaia di metri quadri di piastrelle e pietra.

- > **Bershka:** nel negozio, piastrelle in gres porcellanato sono state posate con KERAFLEX MAXI S1, adesivo cementizio ad alte prestazioni a scivolamento verticale nullo, a tempo aperto allungato, deformabile, con tecnologia Low Dust, di classe C2TE S1. L'adesivo è a bassa emissione di sostanze organiche volatili (VOC).
- > **Bluespirit:** per la posa di ceramica è stato utilizzato l'adesivo monocomponente ad alte prestazioni ULTRALITE S1. A scivolamento

verticale nullo e con tempo aperto allungato e tecnologia Low Dust, l'adesivo ha un'altissima resa e una facile spatolabilità.

> **Calvin Klein:** per la posa di 100 m<sup>2</sup> di gres porcellanato è stato utilizzato KERAFLEX MAXI S1 bianco.

> **Casa Shop:** per la stuccatura delle fughe del gres porcellanato (superficie di circa 500 m<sup>2</sup>) è stata usata la malta cementizia ad alte prestazioni KERACOLOR FF.

> **Humanitas Centro Medico:** la posa delle piastrelle in gres porcellanato (su una superficie di 500 m<sup>2</sup>) è stata eseguita con KERAFLEX. Per la stuccatura delle fughe, che dovevano essere di almeno 5 mm, è stato consigliato l'utilizzo di ULTRACOLOR PLUS, malta ad alte prestazioni modificata con polimero, antiefflorescenze, per la stuccatura di fughe da 2 a 20 mm, a presa ed asciugamento rapido, idrorepellente con DropEffect® e antimuffa con tecnologia BioBlock®.

> **Fiorella Rubino:** prima della posa delle piastrelle in gres porcellanato, la superficie (300 m<sup>2</sup>), è stata regolarizzata con la malta cementizia fibrinforzata livellante e a presa rapida per interni ed esterni PLANITOP FAST 330.

> **Massimo Dutti:** le piastrelle in gres porcellanato sono state posate con l'adesivo KERAFLEX MAXI S1. Insieme agli show room di Zara, Zara Home, Stradivarius, Bershka, Pull & Bear e Oysho, complessivamente l'impresa che ha eseguito l'intervento ha posato con KERAFLEX MAXI S1 12.000 m<sup>2</sup> di piastrelle.



## LINEA CERAMICA



7



8



9



10

> **McDonald's:** per la posa di ceramica su 400 m<sup>2</sup> è stato utilizzato l'adesivo cementizio KERABOND.

> **Nyx:** la posa di gres porcellanato (100 m<sup>2</sup>) è stata effettuata con KERAFLEX MAXI S1.

> **Oyso:** posa di gres porcellanato con KERAFLEX MAXI S1.

> **Piadineria:** la posa di piastrelle in gres porcellanato (50 m<sup>2</sup>) è stata effettuata con l'adesivo cementizio con KERABOND.

> **Pimkie:** stuccatura delle fughe del pavimento in gres porcellanato con ULTRACOLOR PLUS.

> **Pittarosso:** nel punto vendita (su superficie di 1.500 m<sup>2</sup>) le piastrelle ad effetto legno in gres porcellanato sono state posate con l'adesivo KERAFLEX e stuccate con la malta ULTRACOLOR PLUS.

> **Pull & Bear:** la posa di gres porcellanato è stata realizzata con KERAFLEX MAXI S1.

> **Ristò:** per posare le piastrelle in gres porcellanato (superficie di 700 m<sup>2</sup>) è stato consigliato l'adesivo KERAFLEX, insieme a KERAPOXY, malta per fughe ad alte prestazioni

che permette di realizzare pavimenti, pareti e tavoli da lavoro conformi al sistema HACCP e al Regolamento CE n.852/2004, sull'igiene dei prodotti alimentari.

> **Roadhouse Grill:** superficie in piastrelle ceramiche di 400 m<sup>2</sup> posate con KERABOND.

> **Sisley:** una superficie di 50 m<sup>2</sup> è stata rivestita con piastrelle ceramiche posate con KERABOND.

> **Stradivarius:** posa di gres porcellanato con KERAFLEX MAXI S1.

> **Tommy Hilfinger:** posa di gres porcellanato (100 m<sup>2</sup>) con KERAFLEX MAXI S1 bianco.

> **Toys:** le piastrelle in gres porcellanato (1.200 m<sup>2</sup>) sono state posate con KERAFLEX e la malta cementizia ad alte prestazioni KERACOLOR FF. Sulle pareti è stata utilizzata l'idropittura lavabile a base di resine acriliche modificate DURSILITE, ad elevata copertura, opacità, bassa ritenzione dello sporco, indispensabile in un luogo aperto al pubblico. È disponibile in un'ampia gamma di colori ottenibili con il sistema di colorazione automatico ColorMap®: in questo caso è stato scelto il rosso.

> **Valerio 1966:** le piastrelle in gres porcellanato di grande formato sono state posate con ULTRALITE S1 (150 m<sup>2</sup>).

> **Yun Quick:** posa di 150 m<sup>2</sup> di gres porcellanato con KERAFLEX MAXI S1.

> **Zara e Zara Home:** posa delle piastrelle in gres porcellanato con KERAFLEX MAXI S1.

> **Primo e secondo anello dei due piani**

**che collegano i negozi:** prima della posa dei rivestimenti in piastrelle, è stato necessario sigillare le fessure presenti sui sottofondi con l'applicazione di EPORIP, adesivo epossidico bicomponente, esente da solventi.

Dopo aver regolarizzato il supporto con PLANITOP FAST 330, sulla superficie (23.000 m<sup>2</sup>) sono state posate le piastrelle in gres porcellanato (formato 60x120 cm; 20x150 cm) con KERAFLEX MAXI S1 e ULTRACOLOR PLUS.

> **Pavimentazioni esterne:** negli spazi di accesso esterni (12.000 m<sup>2</sup>), le piastrelle di gres porcellanato sono state posate con KERAFLEX, ideale anche per la posa in esterno.





- ① Aldo Shoes
- ② Disney
- ③ Media World
- ④ Mondadori
- ⑤ JD Sport
- ⑥ Tally Weijl
- ⑦ New Balance
- ⑧ Game 7 Athletics

## LINEA RESILIENTI

Gomma, linoleum e materiali vinilici sono prodotti accomunati da specifiche prestazioni – elasticità, flessibilità, impermeabilità, pulibilità, isolamento ai rumori di impatto, resistenza all'usura e alle macchie – che li rendono ideali per gli ambienti aperti al pubblico e dove sia necessario assicurare funzionalità, igiene, comfort ed estetica. Oltre agli adesivi, Mapei offre additivi, malte premiscelate, primer, isolanti e consolidanti, per la realizzazione di pavimenti e rivestimenti resilienti durevoli nel tempo. Dal 1980, la linea è stata implementata con una serie di prodotti certificati che rilasciano un bassissimo quantitativo di composti organici volatili (VOC).

> **Aldo Shoes:** per perfezionare la planarità del piano di posa (80 m<sup>2</sup>), tutte le irregolarità del massetto sono state livellate con la lisciatura autolivellante a indurimento ultrarapido ULTRAPLAN. Per la posa del rivestimento vinilico in LVT è stato utilizzato lo specifico adesivo ULTRABOND ECO 4 LVT.

> **Disney Store:** dopo il trattamento del supporto con TRIBLOCK P e ULTRAPLAN, le piastre in LVT sono state posate su una

superficie di 400 m<sup>2</sup> con ULTRABOND ECO 4 LVT. In alcune porzioni di muro le pareti sono state rivestite con un tessuto vinilico incollato con l'adesivo in dispersione acquosa per la posa di rivestimenti murali ADESILEX MT32.

> **JD Sport:** per incollare i teli vinilici (700 m<sup>2</sup>) l'Assistenza Tecnica Mapei ha consigliato l'utilizzo di ULTRABOND ECO VS90, adesivo universale in dispersione acquosa a bassa emissione di sostanze organiche volatili (VOC).

> **MediaWorld:** per la preparazione dei supporti e per incollare il pavimento vinilico LVT, resistente e particolarmente adatto ad ambienti residenziali e pubblici, sulla superficie (3.000 m<sup>2</sup>) è stato applicato a rullo il primer poliuretano ECO PRIM PU 1K, esente da solventi e a bassissima emissione di sostanze organiche volatili (VOC), e successivamente la lisciatura ULTRAPLAN e l'adesivo ULTRABOND ECO 4 LVT.

> **Mondadori:** per la posa del tessuto vinilico su una superficie di 850 m<sup>2</sup>, l'Assistenza Tecnica Mapei ha consigliato un sistema di posa ecocompatibile come ULTRABOND ECO V4 SP, adesivo universale in dispersione acquosa a bassa emissione di sostanze organiche volatili (VOC).

> **Grand Vision by Avanzi:** per la posa di piastre in LVT effetto legno (150 m<sup>2</sup>) è stato utilizzato il sistema di posa ecocompatibile ULTRABOND ECO 4 LVT, adesivo universale in dispersione acquosa a bassa emissione di sostanze organiche volatili (VOC), specifico per incollare pavimenti LVT. La posa è stata preceduta dalla stesura del primer ECO PRIM T e dalla lisciatura PLANIPREP 4 LVT.

> **Tally Weijl:** per problemi di umidità, la superficie (300 m<sup>2</sup>) è stata impermeabilizzata con TRIBLOCK P, primer epossicementizio tricomponente. La posa delle piastre in LVT è stata eseguita con l'adesivo ULTRABOND ECO 4 LVT.





## LINEA PAVIMENTAZIONI IN RESINA

Nel campo delle pavimentazioni in resina e a base cementizia, Mapei offre al cliente un'ampia gamma di sistemi tecnologicamente avanzati che soddisfano ogni richiesta da parte di committente e progettista, per edifici con diverse destinazione d'uso - da quella privata a quella commerciale e industriale - garantendo alti standard qualitativi, funzionalità, durabilità ed aspetto estetico.

> **Game 7 Athletics:** per il pavimento di questo punto vendita (superficie 2.000 m<sup>2</sup>) è stato scelto un rivestimento in resina particolarmente resistente all'abrasione. Il supporto è stato primerizzato con PRIMER SN e rasato con MAPEFLOOR I 910, che ha conferito una maggiore resistenza; è stata poi stesa la malta autolivellante a indurimento ultrarapido ULTRATOP, nel colore Antracite. La malta è stata levigata per ottenere un effetto estetico finale più gradevole.

> **New Balance:** la pavimentazione in continuo (150 m<sup>2</sup>) è stata realizzata con ULTRATOP in colore grigio chiaro.



## LINEA EDILIZIA

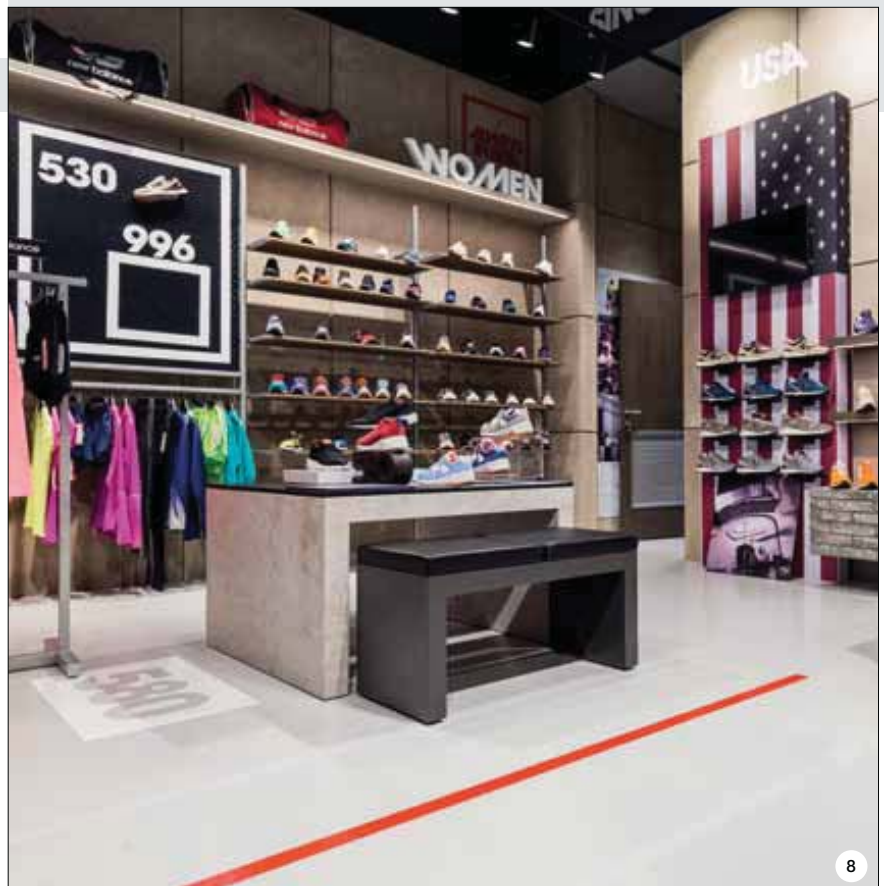
Grazie a quasi 80 anni di esperienza nel settore, il Gruppo Mapei dispone di un'ampia gamma di prodotti chimici per l'edilizia, le grandi opere e il settore industriale che vanno dai leganti idraulici, alle malte preconfezionate, agli impermeabilizzanti e protettivi, agli adesivi strutturali, agli intonaci speciali e agli additivi per calcestruzzo.

> **Strutture del complesso:** utilizzo di DYNAMON SR 56 per il calcestruzzo e di DYNAMON FLOOR 10 per le pavimentazioni in calcestruzzo.

> **Multidivisori in blocchi in calcestruzzo forati:** regolarizzazione con NIVOPLAN e lisciature con PLANITOP 530.

> **Mixer:** i massetti sono stati realizzati la malta premiscelata TOPCEM PRONTO.

> **Kasanova:** su tutta la superficie (700 m<sup>2</sup>), è stata stesa PLANITOP FAST 330, malta cementizia fibrorinforzata livellante a presa rapida per interni ed esterni, a parete o wpavimento.





# MUSEO DELL'OPERA DEL DUOMO FIRENZE

UNICO NEL SUO GENERE, IL MUSEO  
ESPONE UNA DELLE MAGGIORI  
COLLEZIONI MONDIALI DI SCULTURE  
MEDIOEVALI E RINASCIMENTALI







Il 29 ottobre scorso, dopo due anni di lavori, ha riaperto i battenti il nuovo Museo dell'Opera del Duomo di Firenze. Situato a nord-est della piazza che ospita Santa Maria del Fiore, conosciuta anche come il Duomo di Firenze, questo museo è una meta obbligata per chiunque visiti il capoluogo toscano. Qui è custodita quella che viene considerata la maggiore collezione al mondo di sculture del Medioevo e del Rinascimento fiorentino, composta da oltre 750 opere tra statue e rilievi in marmo, bronzo e argento, tra cui capolavori dei maggiori artisti del tempo: Michelangelo, Donatello, Arnolfo di Cambio, Lorenzo Ghiberti, Andrea Pisano, Antonio del Pollaiuolo, Luca della Robbia, Andrea del Verrocchio e molti altri ancora. I visitatori possono anche ammirare oltre 200 opere restaurate da poco ed esposte per la prima volta al pubblico, come la Maddalena di Donatello, la Porta Nord per il Battistero realizzata da Lorenzo Ghiberti e i pannelli ricamati in oro e seta su disegno di Andrea del Pollaiuolo. Inoltre, nei nuovi spazi del museo possono finalmente trovare posto

anche opere finora mai esposte e conservate nei depositi per molti anni.

Il rinnovo del Museo dell'Opera del Duomo è stato una grande sfida per il committente - l'Opera di Santa Maria del Fiore - che ha investito ben 45 milioni di euro. Il progetto architettonico è stato giocato su soluzioni minimaliste e, grazie alla luce, ai materiali utilizzati e alla scelta di toni cromatici neutri per pareti e pavimenti, è stato possibile far risaltare al meglio le opere esposte. L'intervento ha anche previsto un importante ampliamento degli spazi - da 2.500 m<sup>2</sup> a quasi 6.000 m<sup>2</sup> - e una ristrutturazione che ha interessato l'insieme degli edifici storici che facevano parte del complesso.

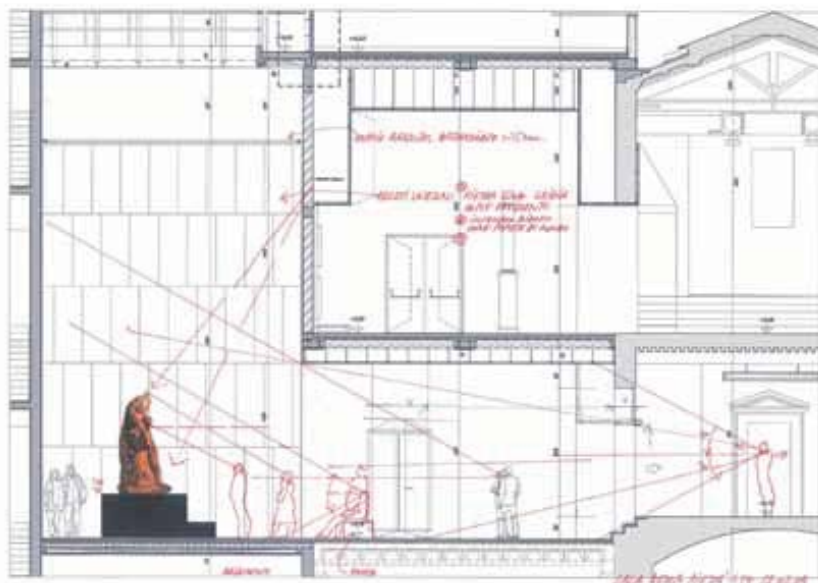
Il committente aveva richiesto che i lavori al museo terminassero nel giro di 24 mesi, così da poterlo inaugurare prima del convegno decennale che la Chiesa italiana aveva in programma a Firenze, con la conseguente visita del Papa in città.

All'interno del complesso, l'intervento ha avuto modalità diversa a seconda degli spazi. Diversi spazi sono sta-

ti riqualificati, mentre nuove strutture hanno sostituito il sistema distributivo esistente, con la creazione di nuovi ballatoi, nuovi livelli e alcuni locali interrati.

Il museo oggi può vantare 25 sale disposte su tre piani studiate per accogliere le opere tra cui la nuova e spettacolare Sala dell'Antica Facciata, nella quale è stato realizzato un modello in resina e polvere di marmo a grandezza naturale che riproduce l'antica facciata del Duomo di Firenze progettata da Arnolfo di Cambio e mai realizzata. I progettisti hanno lasciato nella sala un grande spazio vuoto, mentre la copertura è stata completamente ricostruita lasciando la struttura reticolare in metallo, fornita di lucernari in modo da il-

**IN ALTO A SINISTRA.** L'entrata del Museo dell'Opera del Duomo, dietro Santa Maria del Fiore. **SOTTO.** Le grandi lastre di pietra di Bedonia sono state scelte per rivestire i pavimenti e le scale della struttura museale.







1



2



3



4

luminare l'ambiente espositivo dall'alto. Allo scalone storico sono state aggiunte due nuove scale in modo da migliorare la distribuzione degli accessi e facilitare le vie di fuga del museo. Intervendendo sui volumi architettonici preesistenti è stata inoltre ricavata una grande galleria lineare. Nel resto del museo gli interventi sono stati limitati alla modifica di alcune finiture e dei sistemi dell'allestimento.

**VELOCITÀ E ACCURATEZZA NELLA POSA DELLA PIETRA**

Le modifiche ai manufatti esistenti sono state introdotte armonicamente, operazione non facile in una struttura inserita in un contesto storico e urbanistico così "delicato". Anche le finiture hanno richiesto accuratezza, tecnica, velocità e rispetto delle

scadenze, senza trascurare le esigenze di qualità. Per rivestire i pavimenti è stata scelta la pietra naturale di Bedonia, proveniente dalle cave dell'Emilia Romagna. Questa pietra, conosciuta anche come pietra di Carniglia, è un'arenaria dal colore grigio uniforme adatta all'impiego in interno ed esterno. Per rivestire i pavimenti (superficie di 2.000 m<sup>2</sup>) i progettisti hanno optato per lastre di pietra di grande formato (dimensione 80x120 cm, con spessore di 2-3 cm) con superficie levigata. L'impresa incaricata della posa ha proposto l'utilizzo di prodotti Mapei e chiesto di essere affiancata in cantiere dall'Assistenza Tecnica dell'azienda. I tecnici Mapei hanno consigliato l'utilizzo di ULTRALITE S1 QUICK, adesivo cementizio monocomponente alleg-

gerito, con presa e idratazione rapida, altissima resa, facile spatolabilità, ideale per piastrelle in ceramica e grès porcellanato, e per materiale lapideo. Per la stuccatura delle fughe è stata utilizzata la malta cementizia ad alte prestazioni, modificata con polimero, KERACOLOR GG. Per la sigillatura dei giunti, all'interno della sede del giunto è stato prima inserito il cordoncino in polietilene a cellule chiuse MAPEFOAM; successivamente, sopra di esso, è stato estruso il sigillante siliconico a reticolazione neutra MAPESIL LM. Per la posa della pietra - sempre nelle stesse dimensioni - utilizzata a rivestimento dei corpi scala, compreso quello della scala monumentale, l'Assistenza Tecnica Mapei ha consigliato l'utilizzo di KERAFLEX MAXI S1, adesivo cementizio ad alte prestazioni, a scivolamento verticale nullo, a tempo aperto allungato, deformabile, con tecnologia Low Dust, per piastrelle in ceramica e grès porcellanato e ideale per pietre naturali di grande formato. L'adesivo è a bassa emissione di sostanze organiche volatili. Il risultato così ottenuto ha soddisfatto le aspettative dei progettisti, della committenza e dell'impresa di posa che è riuscita a consegnare l'intervento finito entro i termini previsti.

**IN PRIMO PIANO  
ULTRALITE S1 QUICK**

Adesivo cementizio monocomponente alleggerito ad alte prestazioni, deformabile, a presa e idratazione rapida, scivolamento verticale

nullo, ad altissima resa, facile spatolabilità, elevata capacità bagnante. Ideale per incollaggio all'esterno e all'interno di piastrelle ceramiche di ogni tipo e formato, di materiale lapideo, di mosaici di ogni tipo anche

in piscina, di piastrelle in grès porcellanato a basso spessore a pavimento e parete, anche su facciate esterne.





**FOTO 1 e 2.** La posa delle lastre in pietra con l'adesivo cementizio alleggerito ULTRALITE S1 QUICK.

**FOTO 3.** La stuccatura è stata effettuata con KERACOLOR GG.

**FOTO 4.** L'intervento di posa è terminato con la sigillatura dei giunti con il cordoncino MAPEFOAM e con il sigillante MAPESIL LM.

**FOTO 5.** Per rivestire il corpo scale è stata utilizzata la pietra di Bedonia posata con KERAFLEX MAXI S1. Le stuccature sono state effettuate con KERACOLOR GG.

**FOTO 6.** A intervento finito ecco come appare la Sala dell'Antica Facciata, con il modello a grandezza naturale della facciata del Duomo di Firenze.



#### **SCHEDA TECNICA**

**Museo dell'Opera del Duomo,** Firenze

**Anno di inaugurazione:** 1891, con continui ampliamenti fino al 2010-2015

**Periodo di intervento:** 2014-2015

**Intervento Mapei:** fornitura di prodotti per la posa delle lastre in pietra sui pavimenti e dei rivestimenti sullo scalone monumentale e sulle due nuove scale

**Progettista:** studio Natalini Architetti, studio Guicciardini & Magni Architetti

**Progetto museologico:** mons. Timothy Verdon

**Committente:** Opera di Santa Maria del Fiore

**Direttore lavori:** arch. Adolfo Natalini; direttori Opere Architettoniche e Allestimento: archh. Piero Guicciardini e Marco Magni

**Impresa esecutrice:** C.M.B. Soc. Coop. Cooperativa Muratori e Braccianti di Carpi; capo progetto: geom. Claudio Cammellini; direttore tecnico di cantiere: ing. Tommaso Cacciaguerra

**Impresa di posa:** Edilposa Srl

**Rivenditore Mapei:** Ribo Ceramiche Srl

**Coordinamento Mapei:** Davide Demicheli, Carlo Alberto Rossi, Massimo Lombardi, Roberto Aiazzi (Mapei SpA)

**Foto:** Sergio Fortuna

#### **PRODOTTI MAPEI**

**Posa e stuccatura delle lastre in pietra:**

Keracolor GG, Keraflex Maxi S1, Ultralite S1 Quick

**Sigillatura dei giunti:** Mapefoam, Mapesil LM

Per maggiori informazioni sui prodotti visitare il sito internet [www.mapei.it](http://www.mapei.it)



# VIADOTTO DEI PARCHI

---

IL RIPRISTINO E LA PROTEZIONE INTRADOSSALE  
DEI GIUNTI DI UN'OPERA STORICA SULLA  
TANGENZIALE EST DI MILANO



Costruita tra il 1969 e il 1973, l'Autostrada A51 Tangenziale Est di Milano mette in collegamento diretto l'A1 Milano-Napoli e l'A4 Torino-Venezia.

Insieme con la A50 (tangenziale Ovest di Milano), la A52 (tangenziale Nord di Milano) e la Autostrada A58 (Tangenziale Est Esterna di Milano) compone il più esteso sistema italiano di tangenziali intorno a una città, per una lunghezza complessiva di 106 km. Il flusso di traffico che interessa questo tratto autostradale è di oltre 70.000 transiti giornalieri.

La Tangenziale Est è stata oggetto di importanti interventi di riqualificazione volti a potenziare l'interconnessione con il sistema viabilistico nell'area a est di Milano, in particolare con l'autostrada Brescia Bergamo Milano (BreBeMi) e la Tangenziale Est Esterna di Milano (TEEM).

Il Viadotto dei Parchi, sulla Tangenziale Est, è costituito da due carreggiate di tre corsie di marcia sopraelevate per circa 3 km di lunghezza totale su 245 campate indipendenti. Il viadotto è servito dagli svincoli di Lambrate, Rubattino e Forlanini.

Oltre ad essere il perfezionamento del prototipo del viadotto a piastra di viale Monteceneri a Milano (1959-1963), divenuto dopo dieci anni il generale modello dei viadotti gettati in opera su pile isolate, questo viadotto, realizzato nel 1973, è il primo esempio d'impiego di centine mobili autovaranti.

Nel 2015 Mapei ha contribuito coi suoi prodotti al ripristino e alla protezione intradossale di sette giunti del Viadotto dei Parchi, in prossimità dello svincolo di Rubattino. Un intervento reso necessario per il degrado del calcestruzzo dovuto al trascorrere del tempo e conseguente percolazione dell'acqua, che si è svolto nel rispetto dei tempi previsti.

### PREPARAZIONE DELLE SUPERFICI IN CALCESTRUZZO

L'intervento è iniziato con la rimozione del calcestruzzo degradato mediante idro-demolizione generalizzata per circa 2 metri a destra e a sinistra del giunto per uno spessore medio di circa 3-5 cm fino a ottenere una superficie fortemente ruvida e compatta. Dopo le operazioni d'idroscarifica le superfici sono state rilate con acqua in pressione per eliminare ogni particella di materiale incoerente. In questo modo, oltre al supporto in calcestruzzo, anche le armature sono state perfettamente pulite e rese così idonee a ricevere il successivo strato di malta di ripristino.

Sulle armature originali sono stati inoltre previsti tre collegamenti elettrici per lato di giunto, realizzati mediante barre filettate zincate saldate direttamente sui ferri.

### RICOSTRUZIONE DELLE SUPERFICI IN CALCESTRUZZO

Dopo aver adeguatamente bagnato a saturazione le superfici, la ricostruzione e la riprofilatura dei giunti è stata realizzata mediante l'applicazione a spruzzo,

con macchina intonacatrice dotata di premiscelatore, di MAPEGROUT EASY FLOW, malta cementizia tissotropica monocomponente per il risanamento del calcestruzzo, fibrorinforzata, a ritiro compensato, resistente ai solfati, indicata per essere pompata per notevoli distanze.

Per consentire il corretto svolgimento dei fenomeni espansivi all'aria, a MAPEGROUT EASY FLOW è stato aggiunto lo 0,25% di MAPECURE SRA (calcolato in peso sulla polvere), speciale additivo stagionante in grado di ridurre sia il ritiro plastico sia quello idraulico. MAPECURE SRA consente infatti alle malte di ripristino della Linea Mapegrout di espandere anche all'aria durante i primi giorni di stagionatura, riducendo la comparsa di microfessurazioni e garantendo un bassissimo valore di ritiro idraulico finale.

### PROTEZIONE DEI GIUNTI DALLA CORROSIONE DELLE ARMATURE

Terminate queste lavorazioni, si è proceduto all'applicazione su entrambi i lati del giunto per circa 1,5 m per lato di MAPESHIELD E45, lamina autoadesiva di zinco puro per la protezione catodica galvanica delle armature contro la corrosione.

La Linea MAPESHIELD è un sistema di protezione attiva contro la corrosione basato sull'impiego di anodi di zinco puro da impiegarsi non solo nel ciclo di ripristino, ma anche per prevenire il problema nelle strutture di nuova realizzazione.

Per garantire una maggior sicurezza, as-

**A SINISTRA.** Una veduta del viadotto a lavori ultimati, dopo il ripristino e la protezione intradossale di sette giunti.

**SOTTO.** Il viadotto prima dei lavori: nella foto è visibile il degrado del calcestruzzo.







**IN PRIMO PIANO  
MAPEGROUT EASY FLOW**

Malta monocomponente tissotropica fibrorinforzata, a ritiro compensato e resistente ai solfati, indicata per il ripristino di strutture in calcestruzzo mediante intonacatrici. È indicata per il ripristino a spruzzo di pile di viadotti autostradali, piedritti di gallerie, tunnel stradali e ferroviari, strutture prefabbricate, opere idrauliche come canali, dighe, sfioratori o vasche, opere degradate a causa della presenza di sali solfatici nell'acqua o nel terreno. Può contribuire alla certificazione LEED fino a un massimo di 2 punti.



**FOTO 1.** La ricostruzione dei giunti è stata effettuata mediante applicazione a spruzzo di MAPEGROUT EASY FLOW.

**FOTO 2.** Applicazione di MAPESHIELD E45, lamina autoadesiva di zinco puro per la protezione catodica galvanica delle armature contro la corrosione.

**FOTO 3.** È stato eseguito un ancoraggio supplementare con tasselli plastici.



sicurare un perfetto fissaggio e il contatto tra le lamine consecutive, sulla lamina MAPESHIELD E45 è stato eseguito un ancoraggio supplementare con tasselli plastici.

**PROTEZIONE DELLE ZONE RIPRISTINATE E RASATURA DELLE LAMINE**

Una volta terminato il fissaggio delle lamine, le operazioni sono proseguite con l'applicazione di MAPELASTIC GUARD, malta cementizia impermeabilizzante protettiva da applicare a spruzzo mediante macchina intonacatrice dotata di ugello per rasature.

MAPELASTIC GUARD si mantiene stabilmente elastico in tutte le condizioni ambientali ed è totalmente impermeabile all'acqua fino alla pressione positiva di 1,5 atmosfere e alla penetrazione di

sali disgelanti, solfati, cloruri e anidride carbonica. L'applicazione di MAPELASTIC GUARD è perciò consigliata per proteggere le parti in calcestruzzo molto esposte agli agenti aggressivi e per la regolarizzazione delle superfici protette con la lamina di zinco autoadesiva MAPESHIELD E45. Per incrementare il potere uniformante di MAPELASTIC GUARD applicato sulla lamina, tra la prima e la seconda mano di prodotto è stata interposta MAPENET 150, rete d'armatura in fibra di vetro alcali resistente.

Le superfici così trattate sono state infine pitturate con ELASTOCOLOR PITTURA, vernice elastica protettiva e decorativa a base di resine acriliche in dispersione acquosa, che incrementa ulteriormente la durabilità delle strutture, proteggendole dalle aggressioni degli agenti atmosferici e dalla carbonatazione.

**SCHEDE TECNICHE**

**Viadotto dei Parchi**, A51 Autostrada Tangenziale Est di Milano

**Periodo di realizzazione:** 1973

**Periodo d'intervento:** 2015-2016

**Intervento Mapei:** fornitura prodotti per il ripristino e la protezione del calcestruzzo

**Committente:** Milano Serravalle - Milano Tangenziali Spa, Assago (Mi)

**Progetto originario:** ing. Silvano Zorzi

**Direzione Lavori:** ing. Guido Ferro, ing. Marco Belli

**Impresa esecutrice:** Nuove Iniziative Srl, Milano

**Coordinamento Mapei:** Giuseppe Dal Mas, Massimo Seregni, Andrea Serafin, Federico Laino, Gianluca Ferrari (Mapei SpA)

**PRODOTTI MAPEI**

**Ripristino del calcestruzzo:** Mapegrout Easy Flow, Mapecure SRA

**Protezione delle armature:** Mapeshield E45

**Protezione aree ripristinate:** Mapenet 150, Mapelastic Guard, Elastocolor Pittura

Per maggiori informazioni sui prodotti Mapei consultare il sito [www.mapei.it](http://www.mapei.it)







**FOTO 4.** Applicazione di MAPELASTIC GUARD, scelto per proteggere il calcestruzzo.

**FOTO 5.** Le superfici trattate sono state pitturate con ELASTOCOLOR PITTURA, vernice elastica protettiva.







# FONDAZIONE POLIAMBULANZA A BRESCIA



## NATO COME STRUTTURA RIVOLTA ALLE PERSONE PIÙ DISAGIATE, ORA È DIVENUTO UN OSPEDALE ALL'AVANGUARDIA

L'origine dell'ospedale Poliambulanza risale al 1903, quando alcuni medici aprirono a Brescia un poliambulatorio dedicato alla cura delle persone meno abbienti. L'iniziativa ebbe molto successo e in pochi anni la crescita del numero di pazienti assistiti impose l'individuazione di una nuova sede. Reparti e ambulatori furono trasferiti in un'altra zona della città, fino a quando le esigenze strutturali della medicina d'avanguardia e le necessità della nuova realtà bresciana portarono a un allargamento dei servizi e delle attrezzature di Poliambulanza. Nel 1997 fu necessario un nuovo e definitivo trasloco in via Bissolati. Oggi la Fondazione Poliambulanza è un centro specialistico che eroga prestazioni sanitarie all'avanguardia, in un contesto moderno e confortevole. Le ultime linee in fatto di architettura ospedaliera individuano infatti negli stessi spazi di cura – cioè il luogo fisico dove il malato si trova – un ruolo fondamentale nel processo di guarigione del paziente. In questa tendenza progettuale si è inserita anche la nuova ala dell'ospedale Poliambulanza.



**SOPRA.** L'esterno dell'ospedale Poliambulanza, centro specialistico all'avanguardia.

**A SINISTRA.** Una sala d'aspetto.





## REFERENZE POSA DI RESILIENTI



**FOTO 1.** Le superfici sono state trattate con il primer ECO PRIM T.

**FOTO 2.** I sottofondi sono stati rasati con la lisciatura autolivellante PIANODUR R.

**FOTO 3.** Per ottenere una buona planarità, alcune superfici sono state rasate con NIVORAPID e LATEX PLUS.

**FOTO 4.** L'incollaggio del PVC a parete è stato effettuato con ULTRABOND ECO V4 SP.

**FOTO 5.** Per l'intervento di posa dei teli in PVC sul pavimento è stato utilizzato l'adesivo ULTRABOND ECO V4 SP.



## POSARE IN OSPEDALE

Per migliorare ulteriormente il servizio, recentemente è stato inaugurato un nuovo blocco operatorio polifunzionale con 10 sale operatorie, a cui sono stati affiancati i reparti di degenza e un moderno reparto di terapia intensiva con 10 box, in grado di servire i circa 18.000 pazienti sottoposti ogni anno a intervento chirurgico.

Oltre a porre grande attenzione al benessere di pazienti e personale medico, il committente ha chiesto anche l'utilizzo di prodotti per la posa di pavimenti e rivestimenti in PVC nelle sale operatorie e nei reparti, sicuri, rapidi e con un basso impatto ambientale. Per questa ragione l'impresa a cui erano stati affidati gli interventi di posa ha contattato L'Assistenza Tecnica Mapei, che ha proposto una serie di prodotti che erano in grado di assicurare ottime prestazioni e un basso impatto sull'ambiente e sulla salute di posatore e utente finale.

I lavori sono iniziati con l'applicazione del primer acrilico in dispersione acquosa ECO PRIM T. Oltre a migliorare l'adesione delle rasature su tutte le superfici sia assorbenti che non assorbenti, il prodotto è esente da solventi e a bassissima emissione di sostanze organiche volatili (VOC). Successivamente, i supporti sono stati rasati con la lisciatura autolivellante a presa ultrarapida PIANODUR R. Questa rasatura rende i sottofondi idonei a ricevere ogni tipo di pavimento resiliente o tessile anche sottoposto a forti carichi, traffico intenso di sedie o attrezzature a rotelle, in ambienti come uffici, supermercati e ospedali. In alcune aree, per eliminare le irregolarità più rilevanti, i sottofondi sono stati trattati con la rasatura cementizia tissotropica ad asciugamento ultrarapido NIVORAPID, miscelata in sostituzione dell'acqua con LATEX PLUS. Per l'intervento di posa dei teli in PVC sia a pavimento che a parete è stato consigliato l'utilizzo dell'adesivo universale in dispersione acquosa a bassa emissione di sostanze organiche volatili (VOC), ULTRABOND ECO V4 SP.

## IN PRIMO PIANO

### ULTRABOND ECO V4 SP

Adesivo universale in dispersione acquosa, a bassissima emissione di sostanze organiche volatili (VOC), idoneo per incollare in interni pavimenti vinilici, gomma, poliolefinici, moquette e agugliata di ogni tipo su tutti i normali sottofondi anche non assorbenti usati in edilizia, purché stabili all'umidità. Caratterizzato da un tempo aperto particolarmente lungo, ULTRABOND ECO V4 SP ha un'ottima spatolabilità e presa iniziale e può essere utilizzato per pavimenti sottoposti a traffico intenso. Non è infiammabile e presenta una bassissima emissione di sostanze organiche volatili (EMICODE EC 1). Può contribuire fino a un massimo di **3 punti** all'assegnazione della certificazione LEED.



## SCHEDA TECNICA

**Fondazione Poliambulanza,**  
Brescia

**Anno di costruzione:** 1997

**Anno di intervento:** 2015-2016

**Intervento Mapei:** fornitura di prodotti per la preparazione e la rasatura dei sottofondi, la posa dei pavimenti e dei rivestimenti in PVC nelle sale operatorie e nei reparti degenza e corridoi

**Committente:** Fondazione Poliambulanza

**Impresa di posa:** Centro Distribuzione Pavimenti

**Rivenditore Mapei:** Centro Distribuzione Pavimenti

**Coordinamento Mapei:** Davide Ottolini (Mapei SpA)

## PRODOTTI MAPEI

Preparazione e rasatura sottofondo:  
Eco Prim T, Latex Plus, Nivorapid, Pianodur R

Posa PVC: Ultrabond Eco V4 SP

Per maggiori informazioni sui prodotti visitare il sito internet [www.mapei.it](http://www.mapei.it)







# IL TENNIS DI MAPEI SBARCA IN AUSTRALIA

NUOVI CAMPI DA GIOCO REALIZZATI CON MAPECOAT TNS SYSTEM  
IN UNA DELLE PATRIE MONDIALI DEL TENNIS

Ne sta facendo di strada la pallina da tennis lanciata nel 2009 da Mapei. È stato quello l'anno di battesimo di Mapecoat TNS System, con il quale sono stati realizzati i primi campi da tennis presso l'Accademia Vavassori a Palazzolo sull'Oglio. Ora, dopo centinaia di superfici realizzate in Italia e in Europa, all'attivo vi sono anche importanti centri in Australia (vedi articoli nelle pagine seguenti). Un mercato che sta crescendo con soddisfazione proprio in una nazione dove questa disciplina sportiva è considerata un vero e proprio sport nazionale.

Mapei ha sviluppato Mapecoat TNS System con il preciso obiettivo di ottenere un prodotto che rendesse sempre più performanti le differenti superfici di gioco, e quindi in grado di garantire al campo un livello di morbidezza il più possibile vicino a quello assicurato da una superficie in terra rossa, mantenendo al tempo stesso la velocità e la precisione caratteristiche di una superficie sintetica o in cemento.

#### **SUPERFICI SPORTIVE IN RESINA ACRILICA**

Mapecoat TNS System è un sistema di rivestimenti e

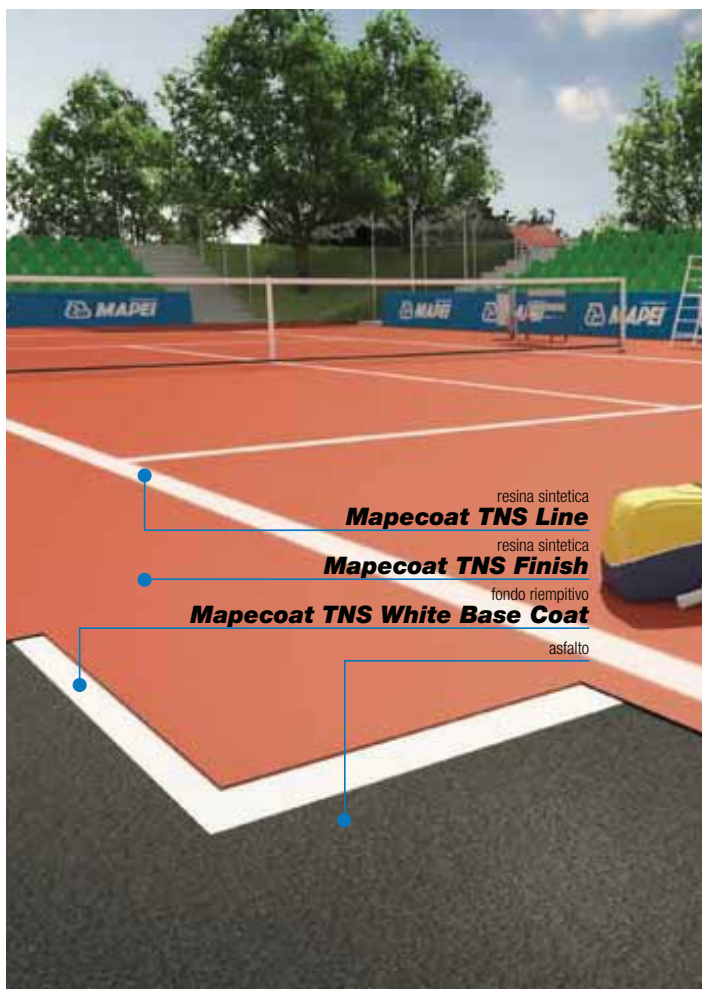
finiture a base di resine acriliche in dispersione acquosa e cariche selezionate con il quale è possibile ottenere pavimentazioni sportive indoor, outdoor e aree polivalenti con elevate resistenze all'usura, ai raggi ultravioletti e alle diverse condizioni meteorologiche.

Consente di realizzare rivestimenti moderatamente elastici, con un elevato comfort di gioco e ottime prestazioni tecniche come il rimbalzo della palla, cambi di direzione della corsa rapidi e sicuri e un ottimo rapporto tra equilibrio e scivolata da parte dell'utilizzatore.

Un particolare approfondimento meritano due sistemi: MAPECOAT TNS CUSHION e MAPECOAT TNS COMFORT.

#### **MAPECOAT TNS CUSHION**

MAPECOAT TNS CUSHION è un sistema multistrato di media elasticità a base di resine acriliche in dispersione acquosa e cariche selezionate, con il quale è possibile realizzare superfici per il tennis a uso professionale con elevate resistenze all'usura, ai raggi ultravioletti e alle diverse condizioni meteorologiche. MAPECOAT TNS CUSHION



resina sintetica  
**Mapecoat TNS Line**

resina sintetica  
**Mapecoat TNS Finish**

fondo riempitivo  
**Mapecoat TNS White Base Coat**

asfalto

può essere applicato su vecchie pavimentazioni già verniciate oppure su nuove pavimentazioni cementizie o in asfalto da rivestire. Applicato sulle superfici consente di realizzare pavimentazioni semielastiche con un elevato comfort di gioco e ottime prestazioni tecniche. L'elasticità di MAPECOAT TNS CUSHION conferisce ai rivestimenti alte prestazioni, riducendo l'effetto dei traumi da impatto.

### MAPECOAT TNS COMFORT

MAPECOAT TNS MULTISPORT COMFORT è un sistema multistrato a base di resine acriliche in dispersione acquosa e cariche selezionate in combinazione con un tappetino in gomma granulare con il quale è possibile realizzare superfici per il tennis a uso professionale con elevate resistenze all'usura, ai raggi ultravioletti e alle diverse condizioni meteorologiche.

MAPECOAT TNS MULTISPORT COMFORT può essere applicato su vecchie pavimentazioni già verniciate oppure su nuove pavimentazioni cementizie o in asfalto da rivestire.

Anche MAPECOAT TNS MULTISPORT COMFORT consente di realizzare pavimentazioni elastiche con un ottimo comfort di gioco e ottime prestazioni tecniche come rimbalzo della palla e cambi di direzione della corsa rapidi e sicuri.

L'elasticità di MAPECOAT TNS MULTISPORT COMFORT consente di realizzare rivestimenti ad alte prestazioni riducendo quindi l'effetto dei traumi da impatto.

**TNS**  
**MAPEI**





# CARRARA GARDENS TENNIS ACADEMY GOLD COAST (AUSTRALIA)

Nell'ambito di un ambizioso progetto di riqualificazione, la Carrara Gardens Tennis Academy di Gold Coast - città a sud-est dello Stato australiano del Queensland - vanta ora una vasta gamma di strutture sportive e ricreative tra cui un nuovo Tennis Centre all'aperto. Oltre a una ventina di campi da tennis in terra battuta, ci sono oggi anche otto campi in calcestruzzo di dimensioni regolamentari e un campo di allenamento più piccolo (la metà di un campo da tennis) che sono stati realizzati utilizzando MAPECOAT TNS CUSHION.

Il contractor Norm East Sports Surfaces, con la supervisione dell'Assistenza Tecnica Mapei, ha dato inizio ai lavori con l'applicazione su tutte le superfici in calcestruzzo di MAPECOAT I 600 W, primer epossidico trasparente bicomponente in dispersione acquosa, che è utilizzato come promotore di adesione per sottofondi cementizi assorbenti e porosi.

Una volta completato il ciclo di asciugatura del primer, le nuove superfici sono state realizzate con MAPECOAT TNS CUSHION, sistema multistrato di media elasticità a base di resine acriliche in dispersione acquosa e cariche selezionate.

Veloce nell'applicazione e dall'ottimo rapporto costi-prestazioni, MAPECOAT TNS CUSHION consente di ottenere superfici continue e planari, con un ottimo aspetto estetico ed elevate caratteristiche funzionali.



A fine lavori la committenza è stata soddisfatta di avere campi da gioco con un elevato comfort di gioco e ottime prestazioni tecniche - come rimbalzo della palla e cambi di direzione della corsa rapidi e sicuri - con un ottimo rapporto tra equilibrio e scivolata da parte dei giocatori.

## SCHEDE TECNICHE

**Periodo di costruzione:** 2016

**Periodo di intervento:** 2016

**Committente:** KDV Sport

**Progettisti:** Cactus & Hill and WIM Architects

**Impresa esecutrice:** Alder Constructions

**Direzione lavori:** Adam Taylor

**Distributore Mapei:** Norm East Sports Surfaces

**Coordinamento Mapei:** Fabio D'Amato (Mapei Spa), Neil McIntosh (Mapei Australia)

## PRODOTTI MAPEI

Mapecoat I 600W, Mapecoat TNS Grey Base Coat, Mapecoat TNS White Base Coat, Mapecoat TNS Finish 1, Mapecoat TNS Finish 3, Mapecoat TNS Color, Mapecoat TNS Line





## WOODRIF GARDENS TENNIS COMPLEX PENRITH (AUSTRALIA)

È Penrith - sobborgo di Greater Western Sydney, nello Stato del Nuovo Galles del Sud - la prima località australiana che ha visto la ristrutturazione dei 14 campi da tennis del suo centro sportivo più importante, il Woodriff Gardens Tennis Complex, con i prodotti Mapei della Linea Mapecoat TNS.

Un'importante riqualificazione volta a incrementare lo sviluppo economico di questa città, per la quale hanno collaborato la Nepean District Tennis Association (NDTA), il Tennis NSW e la Federazione Tennis Australia.

Oltre agli 8.000 utenti che usufruiscono di questa struttura, anche un programma impressionante di eventi, con tornei locali e nazionali, fornisce un forte impatto economico per la comunità locale.

L'azienda Tuff Turf si è aggiudicata l'appalto per ristrutturare i campi da gioco e ha da subito coinvolto l'Assistenza Tecnica Mapei per garantire che la ristrutturazione venisse compiuta a regola d'arte e le superfici fossero regolarmente omologate secondo gli standard internazionali e certificato secondo i requisiti ITF (International Tennis Federation).

Sulle nuove superfici di asfalto realizzate appositamente è stato realizzato il nuovo manto in resina acrilica MAPECOAT TNS CUSHION, composto dalle prime mani di fondo intasante MAPECOAT TNS GREY BASE COAT.

A completamento del sistema MAPECOAT TNS CUSHION sono state applicate tre mani di rivestimento in resina acrilica MAPECOAT TNS FINISH.

Una volta terminato il periodo di stagionatura delle superfici, le linee bianche di delimitazione dei campi sono state tracciate utilizzando MAPECOAT TNS WHITE LINE.

### SCHEDA TECNICA

**Periodo di costruzione:** 2015-2016

**Periodo di intervento:** 2015-2016

**Committente:** Penrith City Council

**Progettisti:** Tuff Turf / Mapei

**Direzione lavori:** Travis Knight

**Impresa esecutrice:** Tuff Turf

**Coordinamento Mapei:** Fabio D'Amato (Mapei Spa),  
Neil McIntosh (Mapei Australia)

### PRODOTTI MAPEI

Mapecoat TNS Grey Base Coat, Mapecoat TNS Finish 1, Mapecoat TNS Finish 3, Mapecoat TNS Color, Mapecoat TNS Line



IL PARERE DELL'ESPERTO



# ISOLAMENTO TERMICO PER IL RISPARMIO ENERGETICO

L'IMPORTANZA DI UNA CORRETTA VALUTAZIONE DEI SISTEMI PRESENTI SUL MERCATO



Il mercato dei materiali per l'isolamento termico degli edifici ha visto nell'ultimo periodo un incremento di proposte innovative per tecnologia di prodotto e posa in opera.

Con il presente articolo si vuole fare il punto su come valutare l'efficacia di materiali e sistemi per l'isolamento termico e per il comfort invernale, in accordo con la normativa vigente, con l'obiettivo di sensibilizzare i consumatori verso scelte consapevoli da un punto di vista "tecnico" e non affidate a indicazioni pubblicitarie "miracolose" (un esempio su tutti riguarda la commercializzazione di rivestimenti superficiali atti al contenimento dei consumi energetici).

Spiegheremo come la percezione di caldo o freddo dell'espe-

rienza del "toccare con mano" non sia un indicatore di comfort generale e di risparmio energetico e suggeriremo come scegliere adeguatamente una soluzione di isolamento termico sulla base di adeguati parametri.

Ricordiamo infine che il commercio dei materiali e dei prodotti isolanti è soggetto a regole che favoriscono l'uniformità dell'informazione e di conseguenza il confronto tra i prodotti. Quando si esce volontariamente da queste regole non si rende più confrontabile la propria soluzione con le altre e quindi si alterano le regole del mercato. Crediamo sia fondamentale la conoscenza di queste regole per un mercato sano e per un'effettiva riduzione dei consumi energetici.

TABELLA 1

PROPRIETÀ DI DIVERSI RIVESTIMENTI SUPERFICIALI					
Materiale di rivestimento	Temperatura della mano	Temperatura delle superfici di parete	Conduttività termica $\lambda$ [W/mK]	Sensazione	Energia dispersa dalla struttura durante il giorno (su 10 m <sup>2</sup> )
Marmo	35 °C	16 °C	3,5	Freddo	4,8 kWh
Intonaco	35 °C	16 °C	0,9	Abbastanza freddo	4,8 kWh
Legno	35 °C	16 °C	0,13	Caldo	4,8 kWh

## NON TOCCARE CON MANO L'ISOLAMENTO TERMICO!

L'espressione "toccare con mano" è, nel caso degli interventi di isolamento termico, impropria. L'isolamento termico non si tocca con mano, ma si tocca "con il portafoglio".

Perché? Spieghiamolo con un esempio (vedi figura 1): se ho tre pareti con trasmittanza termica identica ( $U=1,0 \text{ W/m}^2\text{K}$ ) non isolate termicamente (le classiche pareti di edifici costruiti prima del 1991), la quantità di energia che le attraversa in inverno con il riscaldamento acceso è identica, poiché identico è il parametro di trasmittanza  $U$ . Immaginiamo però che i rivestimenti interni delle pareti siano differenti: intonaco tradizionale, marmo e legno. La temperatura superficiale delle tre strutture è uguale, circa  $17^\circ\text{C}$  (con all'interno la temperatura dell'aria pari a  $20^\circ\text{C}$  e all'esterno pari a  $0^\circ\text{C}$ ).

Ipotizziamo che la temperatura superficiale delle dita delle mani sia prossima ai  $35^\circ\text{C}$ . Quando tocco con le dita l'intonaco, il marmo o il legno, pur avendo i tre rivestimenti la stessa tem-



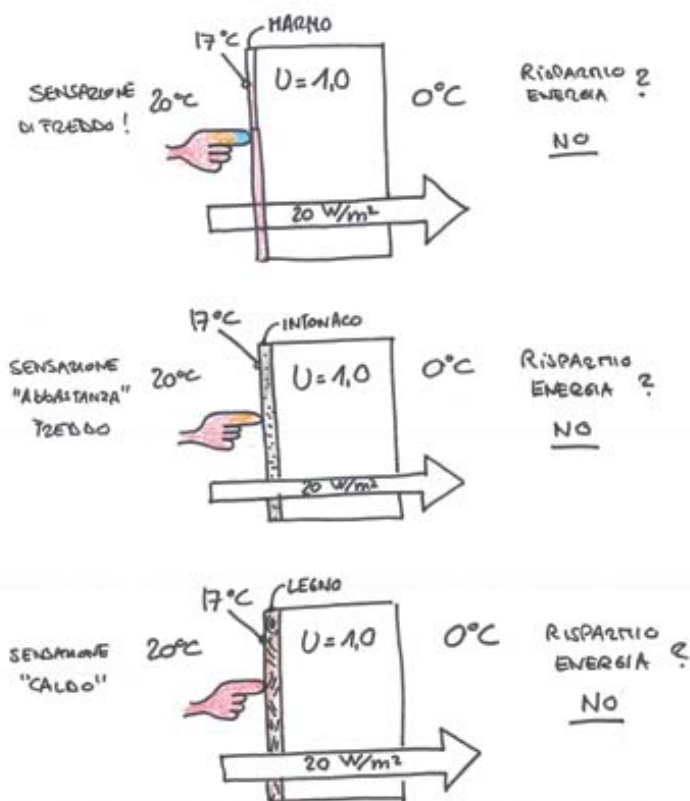
peratura,  $17^\circ\text{C}$ , la sensazione che percepisco con le dita è profondamente differente. L'energia sotto forma di calore fluirà infatti per mezzo del meccanismo di trasmissione del calore per conduzione dal corpo più caldo, le dita della mia mano, al corpo più freddo, la superficie delle pareti.

Le sensazione di freddo che percepisco con il marmo e che non percepisco con il legno deriva dal fatto che quando tocco il marmo esso mi sottrae molta più energia che il legno. Il parametro fisico che spiega questa differente capacità di sottrarmi energia è la conduttività termica  $\lambda$ , che si esprime in  $\text{W/mK}$ .

Riassumiamo quindi cosa accade alla mia mano che tocca una parete non isolata con rivestimenti differenti:

- L'energia, sotto forma di calore, si trasferisce per conduzione dalle dita alla superficie.
- La sensazione di freddo accompagna il rivestimento ad elevata conducibilità.
- L'impianto di riscaldamento fornisce all'ambiente la stessa quantità di energia indipendentemente dal tipo di rivestimento e in relazione al valore di trasmittanza termica.

Quindi la sensazione che percepisco con il rivestimento in legno è di essere al caldo, ma l'energia che consumo con quella parete non isolata è comunque molta a causa dello scarso isolamento termico della parte nel suo complesso. Il risparmio energetico non si tocca con mano!



**FIGURA 1.** Se ho tre pareti non isolate termicamente e con trasmittanza identica, proverò sensazioni di caldo o di freddo a seconda del rivestimento interno della parete, ma in tutti i casi non avrò alcun risparmio energetico.

L'esperienza che si vive con pavimenti in legno o in marmo o in piastrelle in inverno e in estate (in assenza di pavimenti radianti) è legata ai meccanismi descritti. Un pavimento in marmo, durante il periodo estivo, trasmette la sensazione di "fresco" poiché sottrae energia alla nostra pianta dei piedi efficacemente. In inverno, con il parquet percepiamo il pavimento caldo proprio grazie alla capacità del legno di avere una conduttività bassa. Attenzione, in entrambi i casi non è detto che stiamo consumando poca energia, il consumo infatti dipende da tutta la struttura e dal suo valore di trasmittanza.

## OK, NON RISPARMIO MA IL COMFORT MIGLIORA?

La percezione di benessere all'interno di un ambiente (fatta eccezione del contatto come nel caso del piede nudo sul pavimento) in inverno durante il periodo di riscaldamento è legata a diversi parametri: temperatura dell'aria interna (generalmente intorno ai  $20^\circ\text{C}$ ), movimento dell'aria (in inverno si predilige una velocità ridotta), umidità relativa e temperatura media radiante delle superfici di scambio termico radiativo.

Quest'ultimo parametro è molto importante per il comfort invernale. La figura 2 mostra nella parte di sinistra l'influenza di superfici fredde sul benessere delle persone: la sensazione di freddo deriva dal fatto che al mio corpo viene sottratta energia termica sotto forma di radiazione; più fredda è la superficie che il mio corpo vede, maggiore è la quantità di energia che mi sottrae, peggiora la sensazione di non comfort. Come si evince dall'immagine, per avere un livello di comfort migliore è necessario avere temperature superficiali superiori. Queste si raggiungono con adeguati livelli di isolamento termico della struttura (ovvero con valori di trasmittanza termica  $U$  adeguati) e non con rivestimenti superficiali differenti, come mostra l'immagine di destra dove non si indica il tipo di rivestimento ma i valori di trasmittanza.



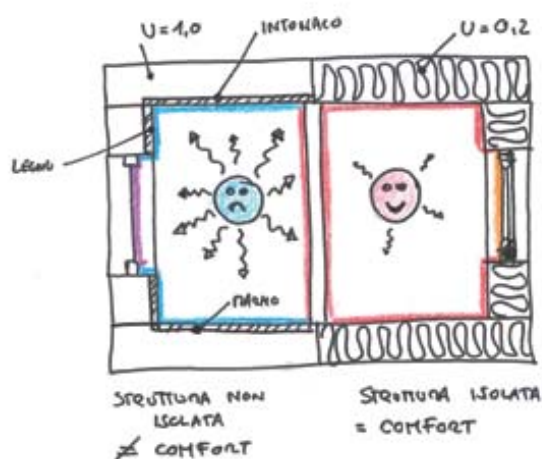


FIGURA 2. Il comfort radiativo non dipende dal rivestimento superficiale.

### COME SCELGO UNA SOLUZIONE DI ISOLAMENTO TERMICO?

Quando si interviene isolando termicamente una struttura esistente si hanno due possibili benefici: riduzione delle dispersioni energetiche, e quindi dei consumi, e aumento della temperatura superficiale interna e miglioramento del comfort interno. Come valutare una proposta di isolamento termico? La figura 3 mostra nel caso A un esempio di parete esistente non isolata termicamente con una trasmittanza termica pari a  $U = 1 \text{ W/m}^2\text{K}$ ; la struttura disperde molta energia ( $20 \text{ W/m}^2$ ) e ha una temperatura superficiale ridotta di  $17 \text{ }^\circ\text{C}$ . Una proposta che

migliori il comfort e riduca le dispersioni deve indicare come il materiale proposto aumenti la resistenza termica della struttura esistente, come nel caso B dove alla struttura esistente viene aggiunta una resistenza termica  $R_T$  pari a  $3 \text{ m}^2\text{K/W}$ , che porta la struttura a una riduzione del 75% delle dispersioni e a un aumento della temperatura superficiale interna: riduzione dei consumi quantificata e aumento del comfort.

Il caso C mostra come valutare una proposta innovativa di risparmio energetico e isolamento termico. È necessario che il prodotto commercializzato dichiari un valore di resistenza termica. La resistenza termica dipende dalla conducibilità termica (bassi valori alta resistenza) del materiale proposto e dallo spessore (alti valori alta resistenza) del materiale applicato. Conoscendo il valore della resistenza termica è possibile quantificare il beneficio in termini di consumo e di comfort. Senza quel valore non è possibile stimare tali benefici in modo ingegneristico.

Tutte le regole introdotte a livello comunitario per il mercato delle costruzioni, a partire dalla direttiva 106 del 1989, hanno come obiettivo il poter confrontare i dati di prodotti differenti. Quando un produttore dichiara prestazioni di resistenza termica che non seguono le regole delle normative europee e nazionali, non rende più confrontabile il proprio prodotto con gli altri e in sostanza cambia le regole del gioco. Se il prodotto ha delle caratteristiche di isolamento termico appare chiaro che queste debbano presentarsi sotto forma di un aumento della resistenza termica e che quindi possano essere impiegate le vigenti regole per misurarla.

### CONCLUSIONI

La percezione di comfort legata al tocco non è un indicatore di risparmio energetico, né di comfort generale dell'ambiente. Il risparmio energetico generato da un intervento di isolamento termico si progetta e realizza sulla base di valori di trasmittanza termica e di resistenza termica.

Il comfort radiativo di un ambiente è fortemente condizionato dalle temperature superficiali interne delle strutture che costituiscono l'ambiente. Se le strutture non sono isolate termicamente, anche con rivestimenti a ridotta conduttività termica non si ha una sensazione di comfort.

Il rivestimento superficiale e la conduttività termica del rivestimento trasmettono o meno sensazioni di comfort solo nel caso del "tocco" e quindi ne facciamo esperienza solo se camminiamo a piedi nudi o se gattoniamo su un pavimento. Ma la sensazione di caldo non corrisponde al risparmio energetico.

L'efficacia di una soluzione di isolamento termico si progetta e si verifica sulla base della resistenza termica  $R_T \text{ m}^2\text{K/W}$  della soluzione proposta. Il produttore della soluzione per rendere la propria proposta - innovativa o meno - confrontabile, usa la normativa europea e nazionale vigente.

Se il produttore non dichiara resistenze termiche o non dichiara altri parametri che possono essere impiegati per valutare la resistenza termica (conduttività o emissività), la sua proposta di isolamento non può essere ingegneristicamente presa in considerazione.

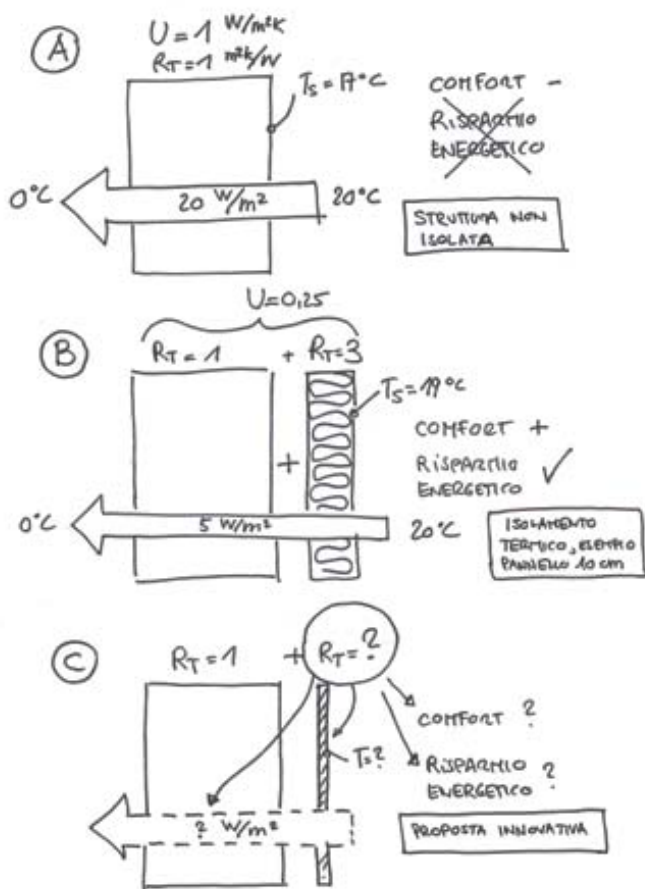


FIGURA 3. Valutazione di una proposta di isolamento termico e di comfort. È necessario che il prodotto possa essere riassunto in un valore di resistenza termica, per poterlo confrontare con altri presenti sul mercato.

Ing. Alessandro Panzeri. R&S ANIT  
Ing. Valeria Erba. Presidente ANIT

# Mapetherm Flex RP

Chi ha detto che non si può giocare sul cappotto?

Rasante tradizionale

**Mapetherm Flex RP**

**Mapetherm Flex RP** è un rasante elastico in pasta pronto all'uso, altamente resistente agli urti e alle aggressioni biologiche. Utilizzabile anche per il recupero di sistemi di isolamento termico degradati.



RESISTENTE  
AGLI URTI



ELEVATA  
ELASTICITÀ



COLORABILE  
A TINTOMETRO



PER INTERNO  
E PER ESTERNO



VELOCE DA  
POSARE



ANTI  
MUFFA

Info di prodotto



/mapeispa

Mapei con voi: approfondiamo  
insieme su [www.mapei.it](http://www.mapei.it)

**MAPEI**<sup>®</sup>  
ADESIVI • SIGILLANTI • PRODOTTI CHIMICI PER L'EDILIZIA







# MAPEI NELLE CAMERE BIANCHE

SEI PRODOTTI HANNO RICEVUTO  
LA CERTIFICAZIONE  
“CLEANROOM SUITABLE MATERIAL”

Le cosiddette camere bianche, o cleanrooms, sono ambienti speciali con bassissimi contaminanti, utilizzate principalmente nell'industria aerospaziale, microelettronica, farmaceutica, alimentare e nella fabbricazione di dispositivi medici e di articoli sanitari. Queste aree produttive necessitano infatti di ambienti controllati. Le camere bianche e il loro ambiente permettono di contenere la contaminazione delle particelle aereotrasportate, consentendo quindi quelle attività che risultano sensibili a tali

contaminazioni.

Nelle camere bianche vengono monitorati i livelli di inquinanti, come il numero e le dimensioni delle particelle di polvere, la presenza di composti organici volatili, il livello di contaminanti batteriologici.

L'accesso del personale in una camera bianca è permesso solo con particolari accorgimenti, tra i quali quello di indossare una tuta sterile, sovrascarpe, cuffie, guanti, occhiali. Nei casi più severi, prima di entrare in una camera bianca, è anche necessario passare attraverso camere di decontaminazione, per non inficiare l'ambiente.

I fattori che determinano la purezza dell'ambiente in una ca-



mera bianca sono molteplici: la presenza dell'uomo, la ventilazione con aria purificata e la sterilità dei componenti sterili. Ovviamente, anche i materiali per edilizia utilizzati per realizzare una camera bianca devono essere "puliti".

Ma come si può certificare che un prodotto per edilizia sia adeguato all'utilizzo in camere bianche?

La certificazione richiesta è il CSM "Cleanroom Suitable Material": tramite test effettuati in laboratori esterni, si dichiara che il materiale è adeguato per l'utilizzo in camere bianche.

Grazie alle formulazioni sviluppate a Milano nei laboratori R&D, sei prodotti della linea dei pavimenti in resina hanno ottenuto questa importante e complessa certificazione:

MAPEFLOOR I 302 SL, MAPEFLOOR I 306 CR, MAPEFLOOR I 309 CR, MAPEFLOOR I 360 AS, MAPEFLOOR I 390 EDF e MAPECOAT I 62W.

Tali prodotti sono stati testati dal Fraunhofer Institute di Stoccarda, un Istituto di ricerca riconosciuto a livello mondiale, e certificati in base ai risultati ottenuti.

I test necessari perché un prodotto sia compatibile con le camere bianche sono molteplici: la norma ISO 14644 definisce i livelli di classificazione (a seconda dell'utilizzo una camera bianca richiede un certo grado di pulizia dell'aria e dell'ambiente) e le prove di riferimento. Vediamo in dettaglio questi test.





**NELLE CAMERE BIANCHE VENGONO MONITORATI I LIVELLI DI INQUINANTI, COME IL NUMERO E LE DIMENSIONI DELLE PARTICELLE DI POLVERE**

**TEST DEL PARTICOLATO**

Questo test valuta il particolato emesso da un materiale sottoposto ad abrasione simulando quindi, nel caso di un pavimento, l'usura del materiale dovuta alla pedonabilità.

La norma ISO 14644 divide i materiali in diverse classi: quelli appartenenti alle classi 1,2,3 sono adatti per i settori che richiedono le camere bianche più pulite, come l'industria dei semiconduttori, mentre i materiali delle classi superiori possono essere utilizzati in altri tipi di camere bianche, che richiedono un livello inferiore di pulizia dell'ambiente.

A seconda dell'attività produttiva, vengono definite le classi ISO per la camera bianca (tabella 1): si utilizzeranno quindi unicamente prodotti appartenenti alla classe ISO della camera, o classi migliorative.

Per esempio, il rivestimento autolivellante per pavimenti MAPEFLOOR I302 SL è certificato in classe ISO3 per le emissioni di particolato, mentre il rivestimento a film idrodisperso per superfici orizzontali e verticali MAPECOAT I62W è in classe ISO5: entrambe le classi garantiscono un grado di pulizia ambientale molto elevato.

Le emissioni di particolato sono valutate dal Fraunhofer Institute secondo la norma ISO 14644-8 tramite uno strumento appositamente progettato dall'istituto stesso, su un numero di 13 campioni per ogni valutazione.

Ciò che è importante e che viene valutato non è solo il numero di particelle emesse all'interno delle camere bianche, ma perfino il loro diametro. Nel caso dei pavimenti in resina, un disco del prodotto indurito viene sottoposto ad abrasione per un dato intervallo di tempo. Le particelle emesse sono valutate in numero e dimensioni con uno strumento laser.

**VALUTAZIONE DEI COMPOSTI ORGANICI VOLATILI**

Anche i composti organici volatili (VOC) emessi dai prodotti destinati alle camere bianche sono valutati con attenzione. I composti organici volatili sono quei composti che vengono emessi nell'aria, andando a contribuire all'inquinamento indoor. A volte essi possono essere percepiti con l'olfatto, ma più frequentemente sono identificati solo se l'aria dell'ambiente viene valutata tramite appositi strumenti e metodologie. Per le camere bianche, le usuali certificazioni utilizzate da Mapei nell'ambito di indoor pollution (GEV, Blue Angel, AgBB) non sono sufficienti ed è necessaria una valutazione delle emissioni sui prodotti sia a temperatura ambiente che alle alte temperature, per stressare ulteriormente il prodotto.

I campioni vengono posti in particolari micro-camere, e attraverso un campionamento passivo, l'aria all'interno delle micro-camere viene prelevata su apposite cartucce capaci di trattenere tutti i composti organici volatili emessi (Foto 2). Queste cartucce sono poi valutate con metodo di gas cromatografia applicata alla massa. I laboratori R&D di Milano sono attrezzati con tutta la strumentazione necessaria per questo tipo di test: i prodotti sono stati quindi valutati nei nostri laboratori prima di essere inviati al Fraunhofer Institute per la valutazione finale e la

ISO classificazioni numero (M)	Limiti massimi di concentrazione (particelle / m <sup>3</sup> di aria) per particelle uguali e più grandi delle dimensioni considerate					
	0,1 µm	0,2 µm	0,3 µm	0,5 µm	1 µm	5 µm
ISO 1	10	2				
ISO 2	100	24	10	4		
ISO 3	1.000	237	102	35	8	
ISO 4	10.000	2.370	1.020	352	83	
ISO 5	100.000	23.700	10.200	3.520	832	29
ISO 6	1.000.000	237.000	102.000	35.200	8.320	293
ISO 7				352.000	83.200	2.930
ISO 8				3.520.000	832.000	29.300
ISO 9				35.200.000	8.320.000	293.000

TABELLA 1. Classi ISO per l'utilizzo dei materiali nelle camere bianche.



certificazione.

Anche in questo caso i prodotti sono certificati in “class”, da 0 (concentrazione di VOC elevata, pari a  $1 \text{ g/m}^3$ ) a -12 (la classe migliore, che corrisponde a emissioni VOC pari a  $10^{-12} \text{ g/m}^3$ , ovvero  $0,001 \text{ ng/m}^3$ ). MAPEFLOOR I 309 CR, un prodotto bicomponente epossidico ultra low-VOC per rivestimenti a pavimento, attraverso questa metodologia è stato posto nella classe inferiore a -9,6: ciò significa che la resina emette 0,1 nanogrammi di composti organici volatili in un metro cubo di aria!

Questi prodotti resinosi sono stati anche testati dal punto di vista della loro resistenza chimica e batteriologica: i provini dei campioni sono stati sottoposti ad aggressioni sia chimiche che batteriologiche, e se ne è valutato l’impatto finale.

### TEST DELLA RIBOFLAVINA

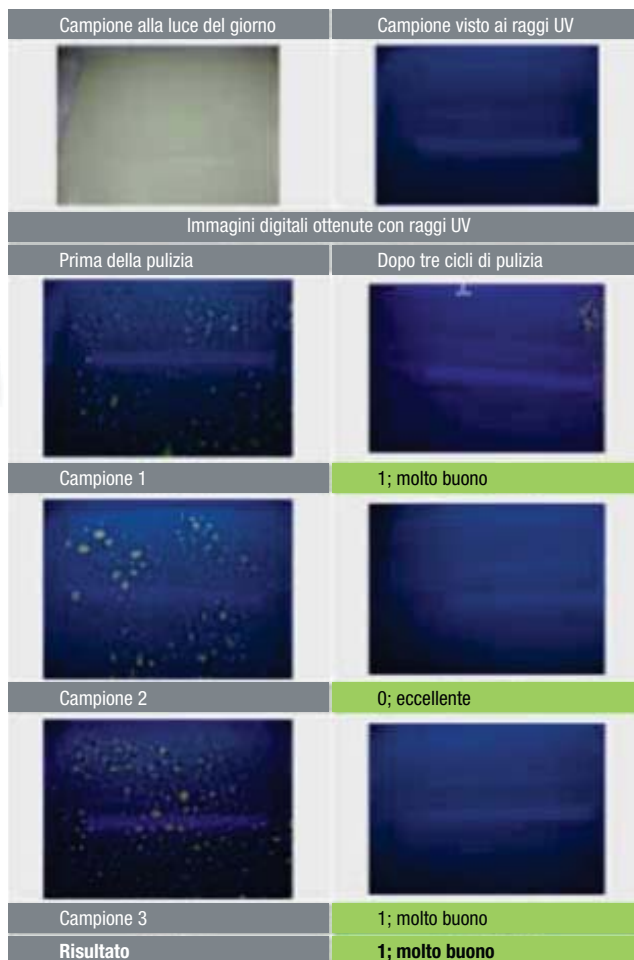
Il “riboflavina test” è un processo di controllo con il quale, con l’aiuto della riboflavina (sostanza fluorescente se sottoposta a luce ultravioletta) si verifica l’efficacia delle superfici in resina di ridurre la contaminazione attraverso semplici metodi di pulizia. Il contaminante fluorescente viene posto sulla superficie in esame e lasciato a contatto per 2 ore. Dopo questo intervallo di tempo, il contaminante viene pulito con un “linear wiping simulator”, una sorta di straccio in microfibra che pulisce a velocità costante e tempo determinato la superficie in esame (Foto 3).

Al termine della pulizia ogni residuo di contaminazione è identificato sotto luce UV e il risultato viene documentato con fotografie. La foto 4 mostra il test eseguito su MAPEFLOOR I 302 SL.

Come da consuetudine, Mapei non si accontenta di dichiarare

**FOTO 2.** Le microcamere per la valutazione delle emissioni di composti organici volatili (VOC).

**FOTO 3.** Pulizia del materiale durante il test della riboflavina.



**FOTO 4.** Risultati del test della riboflavina effettuato su MAPEFLOOR I 302 SL.

i suoi prodotti “Eco”, “green”, o “bio” senza misurare se effettivamente possono essere considerati tali. I formulati resinosi Mapei infatti sono stati studiati presso i laboratori R&D e successivamente testati secondo norme ISO, verificati e certificati come adatti per le applicazioni e l’impiego nelle camere bianche da un ente terzo.

I rivestimenti MAPEFLOOR I 302 SL, MAPEFLOOR I306 CR, MAPEFLOOR I309 CR, MAPEFLOOR I360 AS, MAPEFLOOR I390 EDF e MAPECOAT I62W, dopo uno studio durato ben due anni, hanno quindi conseguito il certificato dall’autorevole

Istituto Fraunhofer per il loro utilizzo nelle camere bianche, anche per quei settori in cui la contaminazione ambientale deve essere ridotta al minimo.

La prestigiosa certificazione garantisce pertanto che tali pavimentazioni in resina Mapei possono essere utilizzate in settori che vanno dall’industria della microelettronica alla realizzazione di pavimenti in sale operatorie ospedaliere.

**Mikaela Decio.** Sostenibilità ambientale, Mapei SpA  
**Ileana Plati.** R&D Lab Resin flooring, Mapei SpA



# IL MERCATO DEI PAVIMENTI E RIVESTIMENTI IN ITALIA

## I RISULTATI DELLA XXXIII RILEVAZIONE STATISTICA SUI PAVIMENTI RESILIENTI

Lo scorso 15 giugno, presso l'auditorium Mapei di Milano, si sono presentati i risultati del censimento del mercato italiano dei pavimenti e dei rivestimenti resilienti. Si tratta della XXXIII Rilevazione Statistica curata da Mapei che raccoglie ed elabora i dati di questo settore, segnalati in via riservata dai produttori e dagli importatori che operano in Italia. L'indagine, relativa al mercato del 2015, è stata coordinata dal Centro Studi Mapei.

Ai fini dell'indagine statistica 2015, il mercato dei pavimenti resilienti è stato ripartito in 12 categorie di prodotti.

- vinilici semiflessibili e al quarzo
- cushion
- vinilici antisdrucciolo
- vinilici eterogenei
- vinilici omogenei
- vinilici autoadesivi
- linoleum
- pavimenti sportivi
- gomma
- copripavimenti e passatoio
- autoposanti
- LVT click

Nel 2015 il mercato dei pavimenti e rivestimenti resilienti ha raggiunto una dimensione pari a 8,85 milioni di m<sup>2</sup>, registrando una crescita del 3,9% rispetto all'anno precedente. Il consumo di resilienti a pavimento, è stimato in 8,23 milioni di m<sup>2</sup> e ha evidenziato un incremento del 3,8%, mentre il mercato dei rivestimenti resilienti, valutato in 624.000 m<sup>2</sup>, ha registrato una crescita pari al 4,8%. Nel 2015 è quindi proseguita la fase di crescita del mercato, che già aveva caratterizzato il 2014.

### I DATI SULLE PRINCIPALI CATEGORIE DI PRODOTTO

L'andamento delle principali categorie di prodotto è stato differenziato. I vinilici

eterogenei hanno complessivamente aumentato le proprie vendite di oltre il 16%, evidenziando una crescita diffusa su tutte le tipologie di prodotto. L'andamento positivo degli eterogenei è stato influenzato dall'impulso agli investimenti in edilizia scolastica. La maggiore crescita delle vendite si è registrata sugli standard (EN 649) e sugli LVT. La crescita degli standard testimonia un'attenzione del mercato verso un pavimento che non si impronta ed evidenzia inoltre la predilezione di materiali da termo-saldare che hanno un maggior impiego nel settore rinnovo. Il buon risultato degli eterogenei LVT è riconducibile anche alla loro modularità, una caratteristica apprezzata negli interventi di ripristino.

I vinilici omogenei rappresentano la principale categoria di pavimento resiliente in Italia, con un'incidenza sul totale pari a quasi il 19%. Nel 2015 questi materiali hanno registrato una lieve crescita delle quantità vendute, valutata in quasi il 3%. Si segnala un miglior andamento delle quadrotte rispetto ai teli. Le quadrotte sono infatti di più facile movimentazione e hanno un impiego più diffuso nel settore manutenzione.

Nel 2015 le vendite di cushion si sono attestate su circa 1 milione di m<sup>2</sup>, con un'incidenza del 12,6% sul mercato italiano dei pavimenti resilienti. Lo scorso anno i cushion hanno registrato una netta flessione delle vendite, che ha sfiorato il 9%. Il calo fa seguito a quello accusato nel 2014, quando il consumo di questi prodotti si era contratto di circa il 10%.

Le vendite di vinilici autoadesivi nel 2015 si sono attestate su circa 360.000 m<sup>2</sup> e hanno registrato un'incidenza marginale sul mercato complessivo dei resilienti (4,4%). La crescita delle vendite ha raggiunto il 4,3% ed è motivata dalla loro

facilità di installazione e da una crescente diffusione nell'ambito della grande distribuzione.

Anche nel 2015 il linoleum ha proseguito la contrazione dei consumi, che dura ormai da alcuni anni. La flessione può essere messa in relazione alla scarsa valenza estetica del prodotto e ad una limitata comprensione delle sue caratteristiche tecniche da parte del mercato.

La dimensione del mercato della gomma e dei pavimenti sportivi in gomma nel 2015 è stata in circa 1,1 milioni di m<sup>2</sup> - stabile rispetto all'anno precedente e con un'incidenza di oltre il 13% sul consumo totale di resilienti a pavimento.

I copripavimenti e passatoie rappresentano un'importante categoria di pavimento resiliente venduto in Italia, con un peso pari al 16% sul totale. Lo scorso anno questi prodotti hanno registrato una flessione "a doppia cifra", dovuta ad una loro minore presenza nell'ambito delle grandi catene distributive.

Le vendite di autoposanti secondo la norma EN 649/651 in Italia si sono attestate nel 2015 su 410.000 m<sup>2</sup> e hanno registrato un forte incremento rispetto all'anno precedente. Gli elementi che hanno favorito la diffusione di questi materiali sono la facilità e rapidità di installazione e il fatto che siano adatti ad interventi di ripristino e manutenzione, ai quali sono legate la larga maggioranza delle vendite di resilienti in Italia.

Anche nel 2015 si è registrata una fortissima crescita nel consumo degli LVT click, le cui vendite nel 2015 si sono attestate su 560.000 m<sup>2</sup> in incremento di oltre l'80% rispetto all'anno precedente. Il successo degli LVT click è dovuto a una molteplicità di fattori quali facilità di installazione, resistenza all'acqua e alta valenza estetica.

Nel 2015 il consumo di rivestimenti murali vinilici si valuta in 624.000 mq ed evidenzia una crescita del 4,8% rispetto al 2014. Si registra un andamento migliore degli eterogenei che hanno trovato applicazione nel settore farmaceutico e nel comparto della ristrutturazione ospedaliera.

I dati sulla distribuzione territoriale delle vendite di resilienti confermano come il mercato sia concentrato prevalentemen-

MERCATO DEI PAVIMENTI IN ITALIA					
	2014	%	2015	%	Var. %
Ceramica	79.929	60,1	81.174	59,8	1,6
Legno	6.375	4,8	6.250	4,6	-2,0
Laminati	8.222	6,2	8.686	6,4	5,6
Tessili (moquettes e agugliati)*	2.200	1,7	2.288	1,7	4,0
Materiali lapidei	28.273	21,3	29.006	21,4	2,6
Resilienti	7.928	6,0	8.229	6,1	3,8
<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>132.927</b>	<b>100,0</b>	<b>135.634</b>	<b>100,0</b>	<b>2,0</b>

m<sup>2</sup> x1000 Fonte: Elaborazione Dati Mapei \*esclusi agugliati fieristici "usa e getta"

MERCATO DEI RIVESTIMENTI IN ITALIA					
	2014	%	2015	%	Var. %
Ceramica	16.371	49,2	16.626	49,4	1,6
Carte e carte viniliche	10.070	30,3	10.070	29,9	0,0
Vinilici omogenei ed eterogenei	595	1,8	624	1,9	4,8
Materiali lapidei	4.989	15,0	5.119	15,2	2,6
Varie	1.238	3,7	1.250	3,7	1,0
<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>33.263</b>	<b>100,0</b>	<b>33.689</b>	<b>100,0</b>	<b>1,3</b>

m<sup>2</sup>x1000 Fonte: Elaborazione Dati Mapei

te nel Nord Italia che incide per circa il 60% sulle vendite nazionali. Le regioni centrali assorbono meno di ¼ dei consumi di resilienti mentre l'area Sud e Isole ha un peso marginale sul mercato italiano.

### IL MERCATO ITALIANO DEI PAVIMENTI

Nel complesso il mercato italiano dei pavimenti si stima in 135,6 milioni di m<sup>2</sup> e ha registrato un incremento del 2% rispetto al 2014. Nel 2015 il consumo di ceramica in Italia è cresciuto dell'1,6% raggiungendo una dimensione stimata in 97,8 milioni di m<sup>2</sup>. Si ritiene che l'83% dei materiali ceramici sia posato a pavimento (81,174 milioni di m<sup>2</sup>) e il 17% a rivestimento (16,626 milioni di m<sup>2</sup>). Si è interrotta quindi la fase recessiva nella quale, dal 2008 al 2014, il consumo di piastrelle si era ridotto di oltre il 50%.

In base ai dati comunicati dalla Federa-

zione Europea del Parquet, nel 2015 il consumo di pavimenti in legno ha accusato un calo del 2% ed è stimato in 6,25 milioni di m<sup>2</sup>. La concorrenza esercitata dalla ceramica "ad effetto legno" e dagli LVT click, potrebbe essere tra i fattori alla base dell'andamento del mercato del parquet che è il più negativo tra le varie tipologie di pavimentazione.

Il mercato dei materiali lapidei è stimato in lieve crescita rispetto all'anno precedente; lo sviluppo dei consumi si valuta nel 2,6% ed è in linea con la media generale del mercato dei pavimenti italiano. Lo scorso anno le vendite di laminati in Italia hanno raggiunto una dimensione pari a circa 8,9 milioni di m<sup>2</sup>, registrando una crescita del 5,6% rispetto al 2014. Si tratta del miglior trend tra le varie pavimentazioni. Il risultato è motivato anche da una crescente distribuzione di questi materiali presso le grandi catene distributive.





### XXXII RILEVAZIONE – INDAGINE STATISTICA 2015

Le seguenti società hanno partecipato attivamente alla rilevazione statistica 2015, fornendo i dati per la ricerca. Le ringraziamo per la gentile collaborazione.

Agenda Srl - Alto But Moquettes Sas - Area Pavimenti Spa - Armstrong Floor Products Italia Spa - Artigo Spa – Esseciplast srl - Forbo Resilienti Srl - Formar Srl - Gerflor Spa - Kobel Srl - Limonta Sport Spa – Linoleum Italia Srl - Liuni Spa - Tarkett Spa - Virag Srl.

L'incidenza dei tessili sul consumo di pavimenti in Italia è contenuta e nel 2014 si stima inferiore al 2%. Si ritiene che nel 2015 le vendite dei pavimenti tessili abbiano conseguito uno sviluppo stimato nel 4%

Il consumo dei pavimenti resilianti, crescendo del 3,8%, ha registrato uno degli andamenti più positivi tra le varie pavimentazioni. L'incidenza sui consumi totali è di conseguenza aumentata, superando il 6%.

#### IL MERCATO ITALIANO DEI RIVESTIMENTI

Il mercato italiano dei rivestimenti nel 2015 è stimato in 33,7 milioni di m<sup>2</sup>, in crescita dell'1,3% rispetto all'anno precedente. L'andamento dei consumi complessivi risulta fortemente influenzato dal trend della ceramica, che incide per quasi il 50% sul totale delle superfici. Il consumo di carte e carte viniliche si valuta nel 2015 in 10 milioni di m<sup>2</sup> e si stima costante rispetto all'anno precedente. Come anticipato, l'utilizzo di materiali resilianti a rivestimento ha evidenziato nel 2015 un incremento del 4,8%. L'incidenza di questi materiali sul mercato totale dei rivestimenti permane limitata ed è inferiore al 2%. La crescita nel consumo di materiali lapidei si stima in 2,6%, un incremento doppio rispetto a quello medio dei rivestimenti.

#### PRESENTE E FUTURO DELL'EDILIZIA ITALIANA

In seguito all'analisi dei risultati della rilevazione, il convegno è proseguito con una valutazione dello stato e delle prospettive dell'edilizia italiana. Nel 2015 gli investimenti in costruzioni in Italia hanno registrato una lieve flessione che viene stimata in circa l'1%. Anche lo scorso anno il comparto del rinnovo residenziale ha evidenziato il miglior andamento tra le varie componenti del mercato edilizio. Gli investimenti nella ristrutturazione delle abitazioni, anche grazie agli incentivi fiscali, hanno registrato una crescita del 2%. Il comparto rinnovo incide per circa il 70% sul valore dell'edilizia italiana e si ritiene che anche nel 2016 possa proseguire la fase espansiva del settore. Il comparto del nuovo residenziale ha, al contrario, patito un'ulteriore contrazione degli investimenti, stimata intorno al 6%. La fine della caduta della nuova edilizia

residenziale è attesa solo a partire dal 2017.

Nel 2015 il settore non residenziale privato ha subito una contrazione del suo output stimata in circa il 2%. La congiuntura macroeconomica in Italia non è stata sufficientemente positiva per sostenere gli investimenti in fabbricati ad uso industriale, commerciale e in uffici. La ripresa del settore dovrebbe cominciare nel 2016.

Gli investimenti nelle opere pubbliche hanno registrato una stagnazione, ponendo fine così ad una lunghissima fase recessiva. A partire dall'anno in corso si attende una netta crescita del settore del genio civile e del non residenziale pubblico. Le infrastrutture, insieme al rinnovo residenziale, dovrebbero quindi diventare il principale driver dello sviluppo del mercato edilizio, per il quale si prevede nel biennio 2016-2017 un incremento medio annuo degli investimenti pari a circa il 2%.

#### INNOVAZIONE E QUALITÀ

Gli operatori del mercato dei resilianti presenti al convegno hanno sottolineato come puntare su innovazione e qualità dei prodotti sia una scelta strategica fondamentale per poter competere efficacemente con gli altri materiali. La qualità dei materiali resilianti è strettamente legata alla qualità dei sistemi utilizzati per la loro installazione. Per questo motivo, Mapei attraverso la sua funzione di Ricerca & Sviluppo, è impegnata al fianco dei produttori nella realizzazione dei più moderni sistemi di posa.

La qualità dell'installazione è un aspetto cruciale per permettere di esaltare le caratteristiche dei materiali resilianti e per garantirne la performance estetica e funzionale e la loro durabilità. Il tema della corretta installazione dei materiali è stato considerato da tutti i presenti come fondamentale e si è riconosciuto a Mapei il

grande impegno rispetto alla formazione degli applicatori, che si esplica attraverso numerosi corsi tenuti su tutto il territorio nazionale. Si è inoltre discusso della possibilità di certificare gli installatori di resilianti per premiare la professionalità degli operatori e garantire i committenti.

I partecipanti al convegno hanno sottolineato come siano necessarie, da parte dell'industria dei resilianti, efficaci attività di comunicazione, dirette ai progettisti, ai contractor e agli utilizzatori finali, per promuovere l'importanza della qualità dei prodotti e della loro ecologicità. Questi due elementi dovrebbero orientare maggiormente le scelte di acquisto dei materiali che, ad oggi, sono ancora troppo spesso basate sul prezzo. Mapei, attraverso i suoi molteplici canali di comunicazione, intende sostenere e promuovere il settore dei resilianti evidenziando le qualità e le peculiarità di questi materiali.

Nel complesso il convegno è stato caratterizzato da positività ed entusiasmo e Mapei ha offerto ai produttori e ai distributori presenti la sua disponibilità a porre in atto nuove iniziative per sostenere gli operatori del mercato. Si è deciso, inoltre, di sviluppare un programma di incontri con i produttori e i distributori per affrontare le tematiche discusse nel corso del convegno, relative agli aspetti tecnici, alla comunicazione e alla formazione.

Come visto precedentemente, nel 2015 le vendite di resilianti sono aumentate e l'edilizia nazionale è avviata verso una fase di ripresa. Vi sono quindi le condizioni perché tutti gli attori della filiera si impegnino per incrementare la propria quota nel mercato dei pavimenti e rivestimenti, conseguendo un pieno rilancio del settore dei resilianti in Italia.

**Francesco Doria.** Responsabile Centro Studi Mapei

# LA QUALIFICAZIONE DEI POSATORI NEL SETTORE DELLE PAVIMENTAZIONI

## A che punto è la qualificazione dei posatori nel settore delle pavimentazioni resilienti e quali sono i progetti in corso?

Pochi mesi dopo la nascita della UNI 11515-1, durante una presentazione presso l'Ordine degli Ingegneri, uno dei partecipanti mi disse "Ottima la UNI 11515-1, ma come faccio a sapere se l'installatore ha le competenze richieste?". Grazie alla precisione con cui è stata redatta la normativa di processo è stato relativamente semplice redigere la UNI 11515-2. Quest'ultima definisce la figura del posatore di rivestimenti resilienti e laminati per pavimentazioni, delineandone i requisiti fondamentali, l'insieme di conoscenze, abilità e competenze che nell'ambito della filiera delle costruzioni possano distinguere e caratterizzare il posatore professionale nei rapporti verso committenti pubblici e privati, imprese, progettisti, prescrittori, ecc. Promuovere la UNI 11515-1 è stato relativamente facile. Una norma di processo riassunta in un numero, oltre ad essere utile, è indispensabile per evitare incomprensioni o brutte sorprese e consentire la gestione del processo con l'identificazione di tutti gli attori, grazie alla documentazione integrata da redigere. Purtroppo è molto più complesso mettere in campo tutto ciò che riguarda la formazione dell'installatore, soprattutto un installatore che evoluto che opera a 360°, con tutte le conoscenze relative all'installazione implementate da una approfondita conoscenza manutentiva.



QUALIFICA DEI POSATORI: ABBIAMO CHIESTO UN COMMENTO A ENRICO BARISON, COORDINATORE UNI 11515 E SALES MANAGER DI TARKETT



Infatti i livelli di conoscenza sono due:

1. Base: posa in opera di pavimentazioni resilienti ed in laminato
2. Avanzato: realizzazione dei sottofondi, posa in opera di pavimentazioni resilienti e in laminato, messa in servizio ordinaria e straordinaria

Abbiamo chiesto aiuto ad Assoposa, l'Associazione nazionale imprese di posa e installatori di piastrelle ceramiche, per comprendere quali erano le istituzioni da coinvolgere: scuole edili ecc. e ci siamo resi conto che uno dei punti di forza di Assoposa, oltre a un presidente molto attivo e motivato, era la stretta collaborazione con Confindustria Ceramica. Purtroppo non esiste una organizzazione di resilientisti e questo non facilita le cose; dovremmo forse prima creare una associazione dei pavimenti resilienti e in laminato.

Grazie al prezioso contributo di Mapei, durante il meeting del 15 giugno 2016, dove sono stati presentati i dati del mercato italiano relativi all'anno 2015, abbiamo affrontato la necessità di creare una associazione dei pavimenti resilienti e in laminato, che oltre a fare informazione si adoperi soprattutto per fare formazione. Formazione sia presso chi progetta grazie alla UNI 11515-1 che presso chi posa o vorrebbe imparare un nuovo mestiere grazie alla UNI 11515-2.







# MANUFACTURING 4.0

## STRATEGIE E IMPATTI ESD (ELECTROSTATIC DISCHARGE)

A CORTONA (AR) LA XVIII EDIZIONE DEL CONVEGNO NAZIONALE ESD

Il 18 maggio scorso, presso il Centro Convegni Sant'Agostino di Cortona (AR), si è tenuta la XVIII edizione del Convegno nazionale ESD (Electrostatic Discharge), organizzato dal Team Nazionale ESD e coordinato da CEI-Comitato Elettrotecnico Italiano, Magna, Power One e Università di Genova.

Mapei partecipa dal 2000 alle attività di divulgazione della tematica ESD e sponsorizza questo incontro annuale che, oltre a rendere noti i progressi tecnologici compiuti in questo ambito, è anche un momento di incontro e di scambio di idee fra i principali attori di questo settore. Va ricordato che Mapei realizza anche prodotti adesivi conduttivi che sono fondamentali per consentire la connessione a terra di pavimentazioni resilienti impiegate per la protezione ESD in ambienti elettronici, sanitari e in tutte le applicazioni dove è necessario il controllo delle scariche elettrostatiche.

L'appuntamento annuale con i temi correlati ai fenomeni elettrostatici è ormai considerato da operatori ed esperti del settore un evento fondamentale, che si pone come obiettivo la divulgazione della cultura ESD, ma vuole anche aggiornare settori e aziende coinvolte nella gestione di eventi ESD relativamente all'orientamento delle normative. In occasione del convegno

sono stati analizzati i criteri inerenti la protezione passiva e attiva, unitamente agli impatti ESD nell'ambito della meccatronica. Sono stati inoltre esaminati gli sviluppi e gli orientamenti legati alla naturale evoluzione del "Manufacturing 4.0" e alle nanotecnologie. A complemento, sono stati approfonditi temi legati alla progettazione e all'automazione, focalizzando le criticità e i requisiti in diversi segmenti dell'industria. Ulteriori interventi hanno trattato l'importanza delle analisi ESD in sede di qualifica degli elementi tecnici, ma anche nell'ambito della verifica. Sono stati inoltre analizzati gli aspetti relativi alla "failure analysis" e alla distribuzione dei guasti legati a eventi ESD, che rappresentano da tempo un aspetto importante del problema. La presenza di tre relatori stranieri ha offerto spunti e confronti di respiro internazionale sull'argomento. Come tradizione, al termine della giornata una "tavola rotonda" ha offerto l'occasione per riprendere gli argomenti più interessanti emersi nel corso degli interventi e focalizzare l'attenzione sulle novità emerse.

### LE PAVIMENTAZIONI CONDUTTIVE E GLI ADESIVI MAPEI

Di particolare interesse, per le specifiche competenze che in



quest'ambito investono anche Mapei, è stata la relazione di C. Gandolfi (Forbo-Giubiasco) sugli "Aspetti critici nella caratterizzazione di un pavimento ESD".

La premessa dell'intervento ha messo in evidenza come vi siano delle aree di lavoro, all'interno di aree EPA o di camere bianche, dove è indispensabile utilizzare materiali che garantiscano il controllo della contaminazione; questo perché all'interno sono processati componenti sensibili alla contaminazione provocata da piccole concentrazioni di alcune molecole comuni e da micro particelle solide rilasciate dalle superfici di lavoro. Poiché alcuni componenti elettronici sono estremamente sensibili ai fenomeni ESD generati durante la manipolazione degli stessi, è perciò essenziale che la scelta dei materiali avvenga tra prodotti in grado di minimizzare con continuità tutti questi rischi. I pavimenti resilienti ESD sono una soluzione efficace e duratura a questa necessità.

Gandolfi ha completato la sua presentazione mettendo in luce le caratteristiche di differenti tipologie di pavimentazione, evidenziando aspetti critici in grado di influire sulle misure elettriche, anche in combinazione con la presenza del personale.

## IN PRIMO PIANO

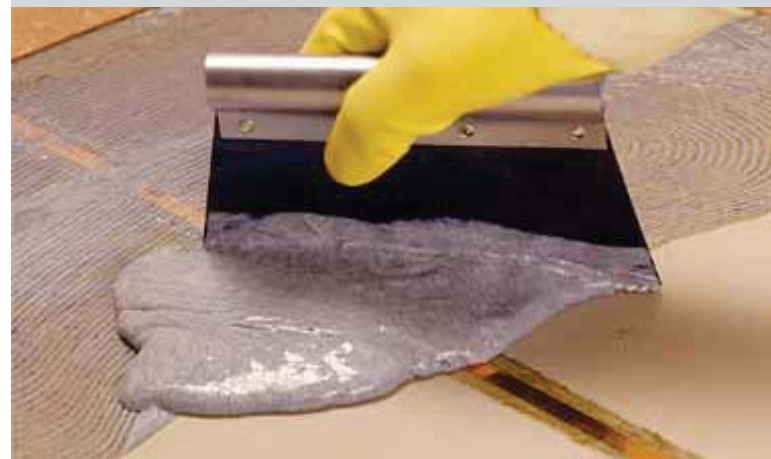
### ULTRABOND ECO V4 SP CONDUCTIVE

Tra i numerosi prodotti per la posa di pavimenti conduttivi studiati da Mapei, una menzione speciale va a ULTRABOND ECO V4 SP CONDUCTIVE, adesivo in dispersione acquosa.

Il prodotto è utilizzato per incollare pavimenti vinilici conduttivi o statico dissipativi in tutti gli ambienti dove eventuali scariche elettrostatiche possono determinare pericolo di deflagrazione o disturbare apparecchiature elettriche

(come sale operatorie, laboratori e stabilimenti chimici, ambienti con strumentazioni elettroniche, centri di calcolo).

ULTRABOND ECO V4 SP CONDUCTIVE non è infiammabile e presenta una bassissima emissione di sostanze organiche volatili VOC (EMICODE EC1 Plus). Pertanto non è nocivo alla salute dell'applicatore e degli utenti degli ambienti dove viene applicato e può essere immagazzinato senza particolari accorgimenti.



## CIAO GEOMETRA!

Ci sono uomini che per la loro personalità e la dedizione in quello in cui hanno creduto rimangono per sempre scolpiti nella mente delle persone che hanno avuto il piacere di conoscerli.

Una di queste è il Geometra Adelmo Bovio che è venuto a mancare ai suoi cari e a tutti noi nei primi mesi di quest'anno.

Nella memoria storica di Mapei veniva e sarà ricordato come "il Geometra" per la sua professionalità, la dedizione al lavoro, la capacità di coinvolgere i clienti e risolvere positivamente anche le situazioni più problematiche di cantiere.

Nato nel 1925, dopo circa 40 anni di esperienza di cantiere, Bovio entra in Mapei nel lontano 1982, creando il Servizio Tecnico e portando tutta la sua esperienza nel campo dei resilienti, della ceramica e dei materiali lapidei.

Docente in numerosi corsi di formazione tecnica e relatore di diversi convegni specializzati (come quello da lui coordinato sul settore dei prodotti resilienti), la sua carica esplosiva, la meticolosità e la capacità di coinvolgere clienti, applicatori e professionisti, l'hanno fatto apprezzare anche per la sua grande umanità che sapeva trasmettere perfino illustrando gli argomenti più tecnici.

La sua fertile penna non ha mai cessato di scrivere, sia annotando in modo scrupoloso tutte le informazioni tecniche, sia per redigere pubblicazioni, articoli per riviste specializzate e capitolati. Tutto questo fino al 2010, anno in cui - ottantacinquenne! - ha cessato le sue attività operative in Azienda.

Gli insegnamenti che Adelmo Bovio ha saputo trasmettere alle nuove generazioni di tecnici Mapei sono parte integrante di un know how aziendale che - proprio sull'esperienza maturata negli anni da tecnici qualificati come lui - alimenta la continua ricerca di nuovi prodotti e sistemi per il mondo dell'edilizia.

Ciao Geometra, tutta Mapei ti ricorderà con affetto e un sorriso!





# CERVIA CITTÀ GIARDINO MAGGIO IN FIORE

IL SOSTEGNO DI MAPEI A UN EVENTO DI RICONOSCIUTA BELLEZZA INTERNAZIONALE

Anche nel 2016 Cervia è diventata la “mostra d’arte floreale a cielo aperto più grande d’Europa”. È la “Vertigine dell’incontro”, per dirla con Papa Francesco, l’unica possibilità umana di dialogo fraterno. In un mondo sempre più colpito da guerre e afflitto da notizie di terrorismo e di violenza, anche i gesti quotidiani possono cambiare la storia e orientarla in maniera diversa.

Per questo nell’edizione numero 44, la manifestazione Cervia Città Giardino – Maggio in fiore ha deciso di lanciare un messaggio molto forte e univoco. Il tema per l’anno 2016 è quello dell’accoglienza, intesa nella maniera più semplice e

genuina.

Sono oltre 60 fra città, enti, associazioni e aziende provenienti dall’Europa e quest’anno per la prima volta dal Canada, per rendere Cervia, Milano Marittima, Pinarella e Tagliata più bella.

Anche quest’anno Mapei è sponsor di questa iniziativa che è stata inaugurata il 28 maggio e proseguirà fino alla fine di settembre. Sin dal 2006 Mapei è sponsor dell’iniziativa e da allora la collaborazione tra Mapei e Cervia Città Giardino si è consolidata e ha contribuito negli anni a rafforzare il legame tra l’Azienda e il territorio.

I fiori sono da sempre sinonimo di pace

e di amicizia fra i popoli e Cervia è da sempre esempio di accoglienza. Non è un caso che proprio qui sia nata nel 1972 la manifestazione più originale del settore, una realtà viva che ogni anno ospita architetti, direttori e tecnici del verde che si danno appuntamento a Cervia per fare gesti semplici, ma di grande valore simbolico. Mettere a dimora una nuova pianta e allestire un giardino bello e profumato rendono più confortevole l’ambiente urbano e la vita.

Cervia è riconosciuta nel mondo proprio per questa sua caratteristica, tanto da aver ricevuto numerosi riconoscimenti internazionali, tra i quali, fra gli altri, la



Medaglia d'oro al concorso europeo "Entente Florale Europe", il primo premio cat. "Large" al concorso mondiale International Challenge of Communities in Bloom, con una menzione speciale per i "Giardini internazionali", il primo premio concorso Comuni Fioriti e la Medaglia del Presidente Sergio Mattarella, quale suo premio di rappresentanza.

I giardini, le aiuole, le sculture nel verde e tutte le altre creazioni sono in esposizione, come in un "museo all'aperto", e distribuiti in vari punti di Cervia, Milano Marittima, Pinarella e Tagliata. Ogni anno vengono utilizzate oltre 350.000 piante di fiori e migliaia di metri quadrati di tappeto erboso.

### I GIARDINI MAPEI

Per questa edizione sono stati allestiti due giardini Mapei, uno nel centro di Milano Marittima, nella Rotonda Cadorna, e uno nel centro di Cervia, di fronte ai Magazzini del Sale Darsena.

Durante la manifestazione è stata data ampia visibilità ai prodotti della linea per pavimentazioni in calcestruzzo architettonico effetto lavato Color Paving System. Il sistema Mapei per la realizzazione di spazi esterni è completo e in grado di rispondere alle esigenze di tutti gli operatori del settore.



**SOTTO.** Da sinistra, Adriana Spazzoli, Luca Coffari (Sindaco di Cervia) e Gianni Grandu (Assessore al Comune di Cervia).

È particolarmente indicato nella realizzazione di progetti pubblici nuovi o vecchi perché grazie alle diverse possibilità di personalizzazione riesce a integrare perfettamente lo spazio con l'arredo urbano in cui si inserisce. Le pavimentazioni Color Paving System, infatti, sono personalizzabili grazie agli aggregati e ai pigmenti Mapei disponibili in diverse colorazioni. Oltre a garantire eccezionali prestazioni meccaniche ed elevata durabilità nel tempo, le pavimentazioni Color Paving System sono semplici da realizzare e hanno ridotti costi di manutenzione. Cervia Città Giardino vede inoltre Mapei proporsi come interlocutore privilegiato nel settore delle strutture turistico-alberghiere.

Forte di un'esperienza maturata nel settore dell'hôtellerie, testimoniata da progetti nazionali e internazionali, Mapei offre soluzioni e sistemi innovativi e altamente tecnologici per tutte le strutture dedicate all'hospitality, come alberghi, ristoranti, piscine e aree wellness, e per tutte le tipologie di intervento: dai piccoli interventi per rinnovare gli spazi e le aree dedicati agli ospiti, a interventi più grandi, come il ripristino delle facciate o l'installazione di sistemi d'isolamento termico a cappotto.

Salvaguardia dell'ambiente e ricerca continua verso una dimensione del vivere moderno che sappia coniugare funzionalità e bellezza affinché meglio possano esprimersi le aspirazioni di ogni cittadino. Sono questi i principi sui quali si fonda l'operare di Mapei nel mondo e che trovano conferma nelle parole del primo cittadino di Cervia Luca Coffari, consapevole che la sua città è davvero



la regina dei fiori: "Per noi la cultura ambientale è anche una cultura di amicizia e di pace, di forte unione con altre località e altri Paesi". "L'amicizia fra i popoli, l'integrazione e l'accoglienza - ha affermato Coffari - vivono anche nella sensibilità e nell'attenzione all'ambiente, perché il rispetto per la natura significa anche rispetto per l'essere umano. L'ambiente rappresenta il futuro, il valore sul quale lavorare e investire, per lasciare un bene prezioso a chi verrà dopo di noi, un patrimonio intorno al quale possono prosperare gli ideali necessari per avere una comunità coesa, forte, impegnata, responsabile e rispettosa".







# GRAZIE LO STESSO!

BASKET: REGGIANA SECONDA  
IN CAMPIONATO

Il basket è una disciplina che sta guadagnando notevoli consensi tra clienti e supporters del Gruppo Mapei grazie alla Pallacanestro Reggiana che, anche nella stagione 2015-16, ha dato spettacolo ottenendo risultati importanti.

In avvio di stagione il club di Reggio Emilia col brand Mapei in bella evidenza sulla maglia ha conquistato la Supercoppa d'Italia battendo in finale l'Olimpia Milano, avversario dal blasone decisamente nobile. Per il secondo anno consecutivo la Reggiana ha disputato la finale Scudetto. Nel Campionato 2014-15 aveva perso la finale del Campionato italiano alla gara7, l'ultima disponibile, con la Dinamo Sassari. Nella finale playoff Scudetto di giugno 2016 i boys reggiani sono stati invece sconfitti alla gara6 dall'Olimpia Milano.

## **PARTENZA AD HANDICAP**

La serie di match della finale per Reggio è iniziata con due sconfitte al Forum di Milano, la casa dell'Olimpia. Nel primo match Pietro Aradori si è infortunato all'adduttore sinistro e ciò ha inciso negativamente sulla prestazione del club reggiano. "Tutto sommato - fa notare Amedeo Della Valle, azzurro della Reggiana - abbiamo iniziato la serie come nella finale con Sassari, perdendo due volte". Fortunatamente c'è stato per Della Valle e company l'"effetto PalaBigi", struttura nella quale - prima di iniziare la finale con Milano - la Reggiana ha collezionato tre regular season e playoff (20 vittorie su 21 match disputati). "Il nostro pubblico - aggiunge Amedeo - ci spinge a dare quel qualcosa in più. Comunque in gara1 e 2 non abbiamo giocato male, potevamo ottenere di più. Nella seconda gara abbiamo esagerato con le palle perse: sono state 20, e si sa che per fare bella figura in una partita al massimo se ne possono perdere una dozzina". Alla Reggiana una spinta in più l'hanno data le sue "torri" Darjus Lavrinovic e Vladimir Veremeenko.

## **LEONI AL PALABIGI**

La gara3 al PalaBigi ha rappresentato la svolta. E da notare che Reggio ha giocato senza Stefano Gentile e Pietro Aradori. L'intensità difensiva e il gioco di squadra di Reggio sono state la chiave del match. Il caliente pubblico emiliano ha tremato solo all'inizio con Milano avanti 17-9. Poi Lavrinovic e l'inossidabile





**SOPRA.** A sinistra, Pietro Aradori in azione e, a destra, Ojars Silins a canestro durante una delle partite di finale giocata con l'Olimpia Milano.



**SOPRA.** Da sinistra, Simon Krunoslav (Olimpia Milano) cerca di sfuggire ad Achille Polonara. A destra, la Reggiana esulta.

Rimantas Kaukenas hanno dato a Reggio la carica per vincere con 9 punti di vantaggio. E 48 ore dopo, sempre al PalaBigi, la Reggiana si è ripetuta portando la serie sul 2-2. L'allenatore Max Menetti è stato bravo a mandare a canestro il collettivo: 6 giocatori hanno siglato più di 10 punti a testa. Per Reggio c'è stato un Aradori superstar nel primo quarto in cui ha messo a segno 15 punti. In seguito Reggio ha accelerato con i canestri di Kaukenas e Lavrinovic, concludendo tra il tripudio del Pala-Bigi. Nella gara 5 al Forum a Reggio è mancata la carica emotiva. Le "scarpette rosse" dell'Olimpia hanno aggredito subito Reggio con un eloquente 29-8 nel primo quarto. Della Valle ci ha messo il cuore e forse qualcosa di più per rimettere la Reggiana in carreggiata. Le giocate di Amedeo hanno portato Reggio a soli 9 punti da Milano. Ma a quel punto la luce si è spenta per i ragazzi di Menetti: tre vittorie a due a favore di Milano.

#### IL PALABIGI NON BASTA

"Grazie al PalaBigi andremo alla pari, noi con la voce, voi col cuore", dicevano gli slogan dei fan reggiani sui social-network prima di gara6. Malgrado la carica dei tifosi, non è stata così. Gara6 ha rappresentato per i ragazzi di Menetti la seconda sconfitta interna di una stagione comunque lunga e gloriosa.

In gara6 l'Olimpia si è portata sul 4-2 in serie di finale cucendo sulla maglia lo Scudetto numero 27 della sua storia. La Reggiana ha pilotato il match fino a 5 minuti dalla conclusione. Con la forza dei nervi, proprio quando sembrava dovesse risolversi tutto a gara7, Milano ha mostrato il suo volto migliore grazie soprattutto a Sanders. Quest'ultimo è stato premiato come miglior giocatore al PalaBigi, proprio come 12 mesi prima in maglia Sassari. Per Reggio Emilia l'ultimo ad arrendersi è stato l'eterno Kaukenas (18 punti), autore di un quarto periodo da manuale.

#### LE SEI SFIDE DI FINALE SCUDETTO

<b>GARA 1</b>	<b>Milano - Reggiana</b>	<b>87-80</b>
<b>GARA 2</b>	<b>Milano - Reggiana</b>	<b>94-73</b>
<b>GARA 3</b>	<b>Reggiana - Milano</b>	<b>81-72</b>
<b>GARA 4</b>	<b>Reggiana - Milano</b>	<b>81-76</b>
<b>GARA 5</b>	<b>Milano - Reggiana</b>	<b>97-73</b>
<b>GARA 6</b>	<b>Reggiana - Milano</b>	<b>70-74</b>



INTERVISTA A  
ALESSANDRO  
FROSINI  
DIRETTORE  
SPORTIVO DELLA  
REGGIANA

## FROSINI: "MEGLIO QUEST'ANNO"

Per molti la squadra dell'Olimpia Milano è stata nettamente più forte della Dinamo Sassari incontrata dalla Reggiana in finale scudetto 2014-2015. Alessandro Frosini, direttore sportivo della Reggiana, non la pensa così: "Se confrontassimo solamente il risultato finale e cioè la sconfitta di questa stagione a gara6 e lo Scudetto perso nel giugno 2015 a gara7 diremmo che Milano era più forte. In realtà vi assicuro che per me la Dinamo Sassari dello scorso Campionato era una squadra più quadrata rispetto alla Milano di questa stagione".

### In merito ai risultati in gara 5 e 6 di finale con Milano ci sono rimpianti?

"Credo che il campo abbia dimostrato quale fosse in quel determinato momento la squadra più forte, il rimpianto purtroppo è nel fatto che noi non siamo mai stati al completo".

### C'è qualche giocatore che in stagione regolare ha reso molto e forse nei playoff ha offerto un rendimento inferiore?

"Complessivamente dico che non abbiamo avuto un giocatore che non abbia reso durante tutto il corso della stagione, purtroppo nei play off una serie di infortuni ci ha tolto protagonisti quali Gentile, Aradori e Veremeenko. La serie di infortuni ha inciso in maniera assai significativa nei risultati negativi delle gare 1, 2, 5 e 6".

### Direttore, in merito ai tornei nazionali, la Reggiana è entrata in Coppa Italia 2015-2016 come testa di serie numero 1 però è stata eliminata da Avellino nei quarti di finale. Perché?

"La Coppa Italia è qualcosa di speciale: nel giro di pochi giorni ti giochi un trofeo, le condizioni fisiche e mentali in cui ci arrivi fanno la differenza. Noi in quel momento non eravamo nel nostro miglior periodo dal punto di vista fisico e mentale".

### Polonara è stato più bravo nella stagione 2014-15

### o in quella terminata con la finale scudetto Reggiano-Milano?

"Credo che a livello di statistiche sia stata migliore la sua stagione 2014-15. Personalmente ritengo che Achille nell'ultima stagione sia migliorato tantissimo in aspetti e dettagli che non vanno a finire nelle statistiche ma che sono altrettanto importanti per i successi della propria squadra".

### Quali giocatori nell'ultima stagione hanno evidenziato maggiori margini di miglioramento?

"Sicuramente Andrea De Nicolao che veniva dalla Lega Due. Ha avuto miglioramenti così importanti e un impatto così forte sul nostro Campionato da farlo diventare in poco tempo il nostro playmaker titolare".

### Quando si perdono finali scudetto non si può mai essere contenti. Tuttavia vedendo il bicchiere mezzo pieno, eravate meno tristi dopo la finale con Sassari del giugno 2015 o al termine della gara6 con Milano del giugno 2016?

"Credo che parlare di contentezza dopo una finale persa sia quantomeno forzato; con la seconda finale persa ci siamo resi conto di quanto veramente ci fossimo andati vicino nel giugno 2015 e tutto questo ha generato in tutti noi un certo sentimento di orgoglio e di consapevolezza dell'ottimo lavoro svolto da tutta la società".

### Direttore, ci esponga considerazioni sul programma di sfide internazionali della Reggiana per la stagione 2016-17.

"Da parte della società c'è la volontà di partecipare a una coppa internazionale quale l'Eurocup, manifestazione di grande prestigio che ci vedrebbe tra le prime 40 società in Europa; attendiamo di sapere come finirà la querelle tra Fiba e Eurolega".

### Com'è il rapporto tra la Reggiana e i giovani?

"Credo fortemente che Pallacanestro Reggiana per poter competere a questo livello non possa fare a meno del suo settore giovanile e dei talenti che sforna per la prima squadra".

### Il lituano Kaukenas, 39 anni, in base ai giudizi della critica è stato decisivo in svariate partite playoff ha deciso di abbandonare l'attività.

"Mancherà a noi e all'intero movimento del basket. Rimantas è il prototipo di giocatore che per caratteristiche fisiche fuori dal comune, abbinato a una leadership naturale, rientra di diritto nell'Olimpo dei grandissimi del basket".

### Come inizierà il vostro quinto anno consecutivo nella massima serie?

"Abbiamo un nuovo progetto. Ci auguriamo che possa portarci entro tre anni a giocare almeno un'altra finale Scudetto".

# INSIEME, IN ALTO.

Il campione va a canestro, la squadra lo sostiene e vince.

Mapei è fiera di sostenere la Pallacanestro Reggiana:  
chi lavora con impegno costruisce risultati.



Foto di Manuela Pellegrini e Enrico Poggi



[pallacanestroreggiana.it](http://pallacanestroreggiana.it)



[www.mapei.it](http://www.mapei.it)

ADESIVI • SIGILLANTI • PRODOTTI CHIMICI PER L'EDILIZIA



# AL MAPEI STADIUM, SCUDETTO ALLA ROMA “PRIMAVERA”

I GIALLOROSSI VINCONO AI RIGORI E SI AGGIUDICANO LA FINALE  
DEL MEMORIAL GIACINTO FACCHETTI

Gli altoparlanti del Mapei Stadium diffondono le note di “Grazie Roma”, storico brano di Antonello Venditti. È il tributo alla Roma vincitrice del Campionato italiano di calcio Primavera 2015-16: nella finale di Reggio Emilia ha battuto 7-6 la Juventus dopo i calci di rigore. I tempi regolamentari sono terminati 1-1 e nei supplementari il risultato non è cambiato.

Anche con i giovani quello di proprietà del Gruppo Mapei si è dimostrato stadio del grande calcio. Già dal 2013 il moderno impianto reggiano è palcoscenico di Serie A ospitando le partite casalinghe del Sassuolo. E a fine stagione 2015-16 in meno di un mese il Mapei Stadium ha ospitato la sfida tra le Nazionali femminili di Italia e Irlanda del Nord (vittoria delle azzurre 3-1), la finale della Champions League donne, in cui le francesi dell'Olympique Lyonnais hanno sconfitto ai rigori il Wolfsburg, e la fase decisiva dello scudetto Primavera.

## L'ORGANIZZAZIONE

Roma-Juve ha rappresentato l'atto conclusivo della fase finale a 8 squadre organizzata dalla Lega Calcio col supporto tecnico di Sassuolo Calcio, Master Group Sport, Smart Genova e le importanti sponsorizzazioni di Mapei e Regione Emilia Romagna. Il Sassuolo Primavera non era nella final-eight: “In questi anni – ha spiegato Giovanni Carnevali, direttore generale del club neroverde durante la presentazione a Bologna – abbiamo lavorato molto per la prima squadra, ma non abbiamo ancora un'organizzazione giovanile supercompetitiva”. È la prima volta che la Lega Calcio ha assegnato a una società l'organizzazione della fase finale del campionato Primavera, e il Sassuolo anche per questo entra nella storia.

I network tv Rai Sport 1 e Sportitalia hanno trasmesso tutte le partite della fase decisiva. I quarti di finale si sono svolti al “Ricci” di Sassuolo e al “Braglia” di Modena, semifinali e finale al Mapei Stadium.

## BAGARRE IN CAMPO

I giallorossi hanno iniziato fortissimo il match creando diversi problemi alla difesa bianconera. A metà del primo tempo la pressione giallorossa è diminuita e i bianconeri hanno iniziato a impostare con efficacia presentandosi più volte davanti al portiere Crisanto. Al 36° minuto la Juve è passata in vantaggio: Macek ha lanciato Lirola in area. Lorenzo Di Livio non ha esitato ad atterrare Lirola e l'arbitro ha concesso il penalty che il bian-

conero Kastanos ha abilmente trasformato.

La Roma ha pareggiato a inizio ripresa: sugli sviluppi di un calcio d'angolo l'argentino Ponce ha messo in rete. Quasi allo scadere il bianconero Cassata ha calciato a botta sicura ma la palla ha colpito il compagno Pozzebon sulla linea di porta; dalla possibile rete per la vittoria della Juve al gol romanista il passo è stato breve. Il neoentrato Spinozzi ha segnato e si è visto chiaramente che il difensore juventino Zappa lo teneva in gioco. “Gol annullato per fuorigioco”, ha però sentenziato l'arbitro Amoroso, tra le comprensibili proteste romane. Nei supplementari nessuna delle due squadre è riuscita a prevalere: tutti alla roulette dei rigori. E la Roma ringrazia il portiere Crisanto, bravo a parare i rigori di Vadalà e Favilli cucendo lo scudetto alle maglie giallorosse.

Grazie al successo al Mapei Stadium la Roma è a quota 8 scudetti. Se con i Primavera il palmares della Roma è glorioso, gran parte del merito è del mister Alberto De Rossi. Si tratta del papà dell'azzurro Daniele De Rossi, centrocampista “tutto grinta” della Roma di Serie A. Con papà De Rossi in panca la Roma ha trionfato in 3 Campionati, una Coppa Italia e una Supercoppa.

## MEGLIO CON L'ITALIA MAPEI

Chi di spada ferisce di spada perisce. Proprio con i rigori Fabio Grosso ha provato la gioia più grande della carriera: il 9 luglio 2006 era uno degli azzurri che ai rigori vinsero a Berlino la finale del Mondiale con la Francia. In quell'Italia sponsorizzata da Mapei Fabio giocò in finale e siglò il penalty decisivo. I suoi babies non sono stati altrettanto abili: a Reggio la delusione si è consumata proprio dal dischetto. “Ho sofferto come in tutte le altre partite – ha detto Grosso – e la finale è stata difficile, contro una squadra forte alla quel faccio i complimenti. Ha meritato la Roma perché ha giocato bene e noi siamo usciti dal Mapei Stadium a testa alta”.

## MAPEI PER TUTTI E TUTTE

Il Mapei Stadium continuerà ad ospitare grandi eventi. “È lo stadio per tutti e tutte”, ha ribadito la dottoressa Adriana Spazoli, direttore comunicazione e marketing Mapei. “Diverse squadre ci hanno chiesto di poter giocare al Mapei Stadium in alternativa al Sassuolo. Noi però l'abbiamo concesso solo alla Reggiana, omaggio alla Città del Tricolore”.



## ROMA-JUVENTUS 1-1 (7-6 dopo calci di rigore)

### LA ROULETTE DEI RIGORI

Lirola ( Juve )	gol
Ponce ( Roma )	gol
Vadalà ( Juve )	parato
Vasco ( Roma )	gol
Cassata ( Juve )	gol
Sponozzi ( Roma )	gol
Kastanos ( Juve )	gol
Capradossi ( Roma )	gol
Di Massimo ( Juve )	gol
Marchizza ( Roma )	fuori
Zappa ( Juve )	gol
Bordin ( Roma )	gol
Favilli ( Juve )	parato
Grossi ( Roma )	gol

### LE ALTRE PARTITE DI FINAL-EIGHT

**QUARTI DI FINALE:** Inter-Palermo 3-3 (8-6 d.c.r.); Virtus Entella-Roma 0-2; Juventus-Empoli 4-2; Torino-Atalanta 1-0.

**SEMIFINALI:** Inter-Roma 3-3 (5-6 d. c.r.); Juventus-Torino 1-0.

**ROMA:** Crisanto, De Santis, Capradossi, Marchizza, Anocic, Machin, Vasco, D'Urso (dal 60' Grossi), Ndoj (dall' 88' Spinozzi), Di Livio (dal 115' Bordin), Ponce.

**A disposizione:** Pop, Romagnoli, Ciavattini, Paoletti, Pellegrini, Soleri, Franchi, Antonucci.

**Allenatore:** De Rossi.

**JUVENTUS:** Audero, Lirola, Romagna, Blanco Moreno, Zappa, Macek (dal 58' Di Massimo), Toure (dal 66' Didiba),

Cassata, Kastanos, Favilli, Pozzebon (dal 96' Vadalà).

**A disposizione:** Del Favero, Consol, Parodi, Vogliacco, Coccolo, Beruatto, Bove, Caligara, Kean.

**Allenatore:** Grosso.

**Arbitro:** Amoroso di Paola. Assistenti: Oliviero e Cordeschi. IV uomo: Pagliardini.

**Marcatori:** 36' Kastanos (Juve) su rigore; 47' Ponce (Roma). Angoli : 7 - 5 per la Roma







# BERARDI E “ITAL-SASSUOLO”: AVANTI TUTTA!

“La squadra italiana che più m'intriga? Il Sassuolo. Mi auguro che ottenga lusinghieri risultati in Europa League. Potrebbe diventare il Leicester italiano. Mi fa pensare all'Udinese di qualche anno fa, con una differenza filosofica di base. A Udine puntavano sui giovani stranieri, mentre a Sassuolo stanno seguendo la via italiana ed è un percorso che potrebbe dare una scossa all'intero movimento nazionale”. È quanto Claudio Ranieri, allenatore del Leicester Campione d'Inghilterra, ha dichiarato a pochi giorni dall'esordio del Sassuolo in Europa League col Lucerna.

In effetti, anche all'inizio del suo quarto Campionato nella massima serie, il Sassuolo è l'Italia, e non solo per essere approdato all'Europa League. È l'Italia soprattutto per mentalità e rosa a disposizione, composta in stragrande maggioranza da italiani fin dal Campionato d'esordio in A. All'inizio della nuova stagione è nettamente diversa la filosofia delle altre squadre “top”: la più italiana è la Juve con 7 stranieri nell'undici-base. È sempre un Sassuolo che nella nuova stagione vuole giocare fedele allo slogan “Avanti tutta!”. Una stagione d'impegni su 3 fronti: c'è anche la Coppa Italia, di cui è testa di serie e dove comincerà a giocare dagli ottavi di finale saltando la trafila iniziale.

## IL TORMENTONE

Per lunghi tratti dell'estate quello dell'attaccante Domenico Berardi, classe '94, è stato un tormentone: “Lascia il Sassuolo, passa all'Inter”, “Non è vero, rispetterà dei pre-accordi e andrà alla Juventus”, “Domenico resta al Sassuolo”, sono state voci

## NUOVA STAGIONE: SASSUOLO IMPEGNATO SU 3 FRONTI

ricorrenti. E alla fine Berardi è felicemente rimasto in maglia nero verde. “Berardi – fa notare il direttore generale e amministratore delegato del Sassuolo, Giovanni Carnevali – è un calciatore di grande talento ed è normale che ci siano state richieste importanti da club italiani e stranieri”.

**Direttore Carnevali, l'Inter ha effettivamente tentato di acquistare Berardi con una richiesta ufficiale al Sassuolo oppure quelle circolate erano semplici voci frutto di dialoghi tra esponenti dei media e procuratori?**

“Non abbiamo mai ricevuto una richiesta o un'offerta ufficiale dall'Inter e Berardi non ha mai detto no al trasferimento alla Juventus. Semplicemente Domenico ha deciso di rimanere con noi un altro anno per completare la sua maturazione: è un ventiduenne e noi abbiamo condiviso al 100% questa sua decisione”.

**Nei primi anni d'appartenenza alla Serie A il Sassuolo ha puntato molto sui giovani. Adesso è una squadra da Europa League: significa che da qui in avanti nelle varie sessioni di mercato si punterà di più su giocatori maturi?**

“Il Sassuolo punterà sempre sui giovani e avrà sempre una forte base italiana in rosa. Noi cerchiamo calciatori bravi e di talento e non ne facciamo certo una questione d'età. È basilare che tutti i nuovi arrivati abbiano la mentalità e le motivazioni giuste per inserirsi nel gruppo Sassuolo, ma soprattutto che condividano la nostra visione e il nostro modello”.



**A SINISTRA.** Luca Mazzitelli, recentemente acquistato dal Brescia.

**SOTTO.** Eusebio di Francesco con alcuni giocatori durante il ritiro estivo della squadra. **NELLA PAGINA ACCANTO.** Stefano Sensi, altra novità del Sassuolo per la stagione 2016/17.





## PRIME NOVITA' ESTIVE

All'inizio della stagione 2016-17 ci sono novità nella rosa del Sassuolo. Il club ha riscattato l'attaccante Matteo Politano, d'accordo con la Roma. Sempre dalla Roma è arrivato il centrocampista Luca Mazzitelli (nell'ultima stagione era in prestito al Brescia). Il regista Stefano Sensi proviene invece dal Cesena. Al Sassuolo rientrano dei giovani dai prestiti: Cristian Dell'Orco, difensore, dal Novara, Giovanni Sbrissa, centrocampista, dal Vicenza e Leonardo Fontanesi, difensore, dal Cesena. La squadra sassolese avrà in rosa un nuovo portiere: Bryan Costa, ex Vicenza. L'"Ital-Sassuolo" compra solo italiani? Neanche per sogno: ha acquistato dall'Utrecht il difensore centrale Timo Letschert (Olanda), mentre lo spagnolo Pol Lirola (difensore) arriva in prestito dalla Juve. Il Sassuolo ha ceduto il croato Sime Vrsaljko all'Atletico Madrid e Alessandro Longhi al Pisa.

**Il Sassuolo è la più italiana tra le squadre italiane che si sono qualificate per tornei internazionali a fine Campionato 2015-16 però il ct azzurro Conte non ha portato giocatori neroverdi agli Europei in Francia. Cosa ne pensa? Anche in considerazione delle emergenze a centrocampo uno come Missiroli avrebbe fatto comodo alla causa azzurra dagli ottavi di finale in poi?**

"Ritengo che abbiamo nella nostra rosa degli elementi molto validi che avrebbero meritato più considerazione. Spero che in futuro il nuovo mister azzurro Giampiero Ventura ne tenga conto".

**Nel Sassuolo 2016-17 quali sono i giocatori con possibilità di entrare nella Nazionale del ct Ventura?**

"Abbiamo dei giocatori interessanti non solo per la nuova Nazionale di mister Ventura; puntando molto sui giovani, posso ben dire che nella nostra rosa ci sono dei ragazzi molto promettenti che sicuramente potrebbero militare anche nell'Italia under 21".

## EMERGENTI

A fine gennaio 2016 il club emiliano ha prelevato dall'Avellino l'esterno d'attacco Marcello Trotta, che nel finale di Campionato ha anche segnato un gol. Da qui in avanti Trotta avrà maggiori possibilità di mostrare la bontà delle proprie doti da realizzatore. Dai primi di luglio 2016 Stefano Sensi, 21 anni, e Luca Mazzitelli, 20, appartengono al Sassuolo "a tempo pieno". In realtà i due centrocampisti sono della società neroverde da fine gennaio 2016: il Sassuolo gli ha consentito di finire la stagione con le rispettive squadre ovvero Cesena per Sensi e Brescia per Mazzitelli. Quest'ultimo era al Brescia in prestito essendo di proprietà della Roma. Mazzitelli, statura 184 centimetri, con la primavera della Roma si è altresì laureato Campione d'Italia. Invece Sensi, 168 centimetri, nativo di Urbino, si è fatto le ossa giocando nel San Marino in prima divisione e "Lega pro". Stefano è il tipico regista di qualità e per accaparrarselo il Sassuolo ha battuto la concorrenza di importanti club non solo italiani.

**Si sostiene che Sensi tatticamente e nei gesti atletici ricorda il Pirlo prima maniera. Carnevali, lei è d'accordo?**

"Sono convinto che Sensi migliorerà esponenzialmente qui a Sassuolo, dove ha la possibilità di crescere in un ambiente sano e sereno. Non è corretto fare paragoni, di certo posso dire che ha le potenzialità per diventare un grande atleta".

**Tra le novità de Sassuolo 2016-17 c'è lo spagnolo Pol Lirola, 19 anni. Arriva in prestito dalla Juve e ha anche giocato al Mapei Stadium la finale del Campionato primavera. Che giocatore è?**

"È un esterno destro difensivo che si è messo in evidenza nella Primavera della Juventus. Dovrà integrarsi con gli schemi di mister Di Francesco e potrà dare il proprio contributo anche in fase offensiva in quanto è dotato di corsa e di una buona capacità di crossare".







## UNA SQUADRA DISCIPLINATA E DI FAIR PLAY

PER IL SECONDO ANNO CONSECUTIVO IL SASSUOLO VINCE LA COPPA DISCIPLINA E IL TROFEO FAIR PLAY "GAETANO SCIREA", INSIEME AI SUOI MERAVIGLIOSI TIFOSI

Tra i risultati ottenuti in questa stagione, con un campionato sempre vissuto tra le squadre di vertice e culminato con un sesto posto che è valso il raggiungimento dell'Europa League, vi sono anche due riconoscimenti che confermano il buon lavoro fatto in questi anni dalla squadra emiliana, dai suoi dirigenti e dal suo corretto e caldissimo pubblico.

Il Sassuolo e i tifosi neroverdi si aggiudicano per il secondo anno consecutivo la Coppa Disciplina per la stagione 2015-2016 e il Trofeo Fair Play "Gaetano Scirea" (a pari merito con Chievo ed Empoli).

Il club neroverde vince la Coppa Disciplina 2015-16, che tiene conto di squalifiche, ammonizioni e ammende a calciatori, tecnici e società di Serie A, grazie a un coefficiente di 03,22.

Leggermente superiori i coefficienti della seconda e della terza classificata, rispettivamente il Chievo Verona (03,26) e il Torino (03,27), uscite sconfitte per pochissimi centesimi, ma comunque più 'buone' di tante squadre più blasonate.

Le retrocesse di questa speciale classifica sono il Frosinone, l'Hellas Verona e - a sorpresa - l'Inter, che chiude all'ultimo posto con un incredibile coefficiente di 07,21, di molto superiore a quello del Verona, penultimo (06,76).

Vittoria a pari merito, invece, per il Trofeo fair play "Gaetano Scirea", che va alle tifoserie più corrette della massima divisione italiana. Al primo posto un trittico composto da Chievo, Empoli e ancora Sassuolo, ultimo posto invece per il Verona, preceduto da Inter e Lazio. Solo poco più su Roma, Napoli e Juventus.

La squadra di Di Francesco può essere più che soddisfatta anche di questa classifica, dopo aver conquistato sul campo l'Europa.

Il club emiliano continua a crescere e questa crescita vede coinvolti giocatori, società e tifosi, in un connubio pronto per le nuove avventure che arriveranno nella prossima stagione.

### LA CAMPAGNA ABBONAMENTI 2016 - 2017

Per essere ancora più vicini alla squadra e sostenerla in Italia e in Europa, con tante novità e qualche bellissima sorpresa è partita lunedì 4 Luglio la nuova campagna abbonamenti per la stagione sportiva 2016/2017.

La campagna è stata presentata ai tifosi in occasione della speciale serata in Piazza Garibaldi il 30 Giugno.

È stata confermata la promozione Family: saranno riservati alle famiglie e ai bambini tre spazi nei settori Tribuna Laterale, Distinti Laterali e Gradinata Sud, per un totale di 2.200 posti complessivi.

Tra le novità introdotte per avvicinare sempre più persone ai colori neroverdi vi sono agevolazioni speciali per le donne, la creazione della riduzione under 30 - che sostituisce, ampliandola, la vecchia categoria under 25 - la conferma della riduzione under 16 e la riduzione anche per gli abbonati al Modena Volley.

Tutti gli abbonati avranno in omaggio la maglietta celebrativa per festeggiare insieme la qualificazione ai preliminari di UEFA Europa League.

Coloriamo di neroverde il Mapei Stadium! Per sostenere i ragazzi in una nuova entusiasmante stagione. Per sognare e vincere ancora.



CON TUTTA LA FAMIGLIA, AL MAPEI STADIUM, PER VINCERE INSIEME

# LA NOSTRA FORZA SIETE VOI!



**CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
STAGIONE  
2016/2017**

sassuocalcio.it

**Novità**  
Abbonamento valido  
per 21 partite anziché 19:  
il terzo turno preliminare  
di Europa League e gli ottavi  
di finale di TIM Cup

**Sconto sulle partite  
successive di Europa League  
e TIM Cup**

**Maglia celebrativa in omaggio:**  
"Europa, un sogno da vivere insieme"

**Ridotto Under30  
Promozioni per Under16  
e per le donne**



**Kappa** **MAPEI**





# WORKSHOP: SASSUOLO DA GRANDI NUMERI

GRANDI RISULTATI E PROGETTI AMBIZIOSI PER UNA SQUADRA CHE NON VUOLE SMETTERE DI CRESCERE

L'auditorium di Confindustria Ceramica a Sassuolo ha ospitato il workshop "Europa, un sogno da vivere insieme" al quale hanno partecipato i vertici Mapei e la squadra del Sassuolo Calcio. È stato organizzato per illustrare agli sponsor del Sassuolo le attività di comunicazione, promozione e altre iniziative a loro favore. C'erano naturalmente i giocatori neroverdi accompagnati dall'allenatore Eusebio Di Francesco.

Il workshop pre-partecipazione all'Europa League è iniziato a sorpresa, con l'attore Gianfelice Facchetti (figlio del grande Giacinto, storico capitano della Nazionale di calcio) protagonista di una story telling. Poi la giornalista Federica

Lodi (Sky Sport) ha introdotto i personaggi alla postazione microfonica. Tra questi Carlo Rossi, presidente del Sassuolo Calcio, che ha salutato e ringraziato i presenti. La palla è quindi passata al dottor Giorgio Squinzi, amministratore unico di Mapei e patron del Sassuolo: "Dobbiamo convincerci che i nostri successi rappresentano il coronamento del lavoro. Cercheremo di crescere, la nostra forza è la compattezza. Noi di Mapei abbiamo ottenuto grandi soddisfazioni col ciclismo per cui ripeto a giocatori, dirigenti e sponsor della nostra squadra di calcio uno slogan che rappresenta la nostra filosofia: mai smettere di pedalare. Senza smettere si ottengono risultati importanti". Ecco alcune dichiarazioni della dottoressa Adriana Spazzoli, direttore del marketing operativo e della comunicazione: "Il Gruppo Mapei ha 9.000 dipendenti. Tra i 9.000 operatori ci siete anche voi giocatori del Sassuolo, siete un riferimento importante per strategie di marketing e comunicazione. Fate parte delle nostre aziende: al Gruppo Mapei si va in campo con 9.000 giocatori! Ci sentiamo tutti parte della nostra realtà e siamo nel vostro cuore. La città di Sassuolo ha 41.000 abitanti e il Sassuolo Calcio è una storia

di provincia nel senso nobile del termine, fatta di grande lavoro". La dottoressa Spazzoli ha aggiunto considerazioni sulla campagna di comunicazione nata dall'incontro tra giocatori del Sassuolo, posatori e operai: "Un'occasione per stabilire una relazione tra realtà diverse. I nostri ragazzi portano ogni domenica sulla maglia il marchio Mapei che deve il suo successo al lavoro quotidiano di tutti i dipendenti. Cari amici sponsor, bisogna sfruttare al massimo le opportunità date da walk about e match sponsor, dall'utilizzazione del Mapei Stadium per convention e seminari fino alle pubbliche relazioni anche con visite alla squadra in giornate non agonistiche. I nostri partner possono portare i loro ospiti alle partite del Sassuolo. I nostri sponsor hanno anche la possibilità di accedere allo stadio Ricci di Sassuolo, sede degli allenamenti". E anche di avere calciatori ospiti a fiere e convention: "Ad esempio diversi nostri giocatori al Cersaie si sono resi disponibili in stand di aziende sponsor del Sassuolo".

L'interesse per i neroverdi sta aumentando soprattutto da parte delle televisioni straniere. In Asia le varie emittenti hanno trasmesso 560 partite del Sassuolo nella stagione 2015-16. In Ame-



rica sono state 246 e 394 in Europa: numeri da record per la squadra di una cittadina che negli Anni Novanta giocava nel Campionato dilettantistico. Si registra incremento di spazi anche sulla carta stampata, in proporzione più su testate nazionali e internazionali rispetto a quelle del modenese, come ha sottolineato il dottor Squinzi.

È quindi entrato in azione Giovanni Carnevali, direttore generale del Sassuolo: "Il Mapei Stadium è l'unico impianto in cui durante le partite non ci sono forze dell'ordine all'interno. Tra i progetti del club c'è anche la nuova organizzazione del settore giovanile". I social-network rappresentano la nuova frontiera della comunicazione. "La nostra società – ha precisato Massimo Pecchini dell'Ufficio Stampa – ha sviluppato un know-how di attività di video e testi per internet e social network".

**SOTTO.** Giovanni Carnevali, amministratore delegato del Sassuolo, interviene durante il workshop "Europa, un sogno da scrivere insieme", che si è tenuto a Sassuolo il 30 giugno.

**AL CENTRO.** Giorgio Squinzi stringe la mano a Domenico Berardi.



## LA STORIA DI UN SOGNO

**PUBBLICHIAMO UN ESTRATTO DEL CONTRIBUTO DI GIANFELICE FACCHETTI AL WORKSHOP 2016**



*Quante volte ci hanno detto che la storia insegna, già... eppure ad appassionarci di più, la storia più bella è quella che ci sorprende... come quando due gemme spuntano da una roccia! (...)*

*Se stasera toccasse a ciascuno di Voi portare una testimonianza, saremmo certi di ascoltare ricordi a non finire...un gol nella nebbia, una trasferta epica, una formazione studiata a tavolino al bar Luana, un rito scaramantico in qualche angolo dello "stadio Ricci"...*

*In questo gioco di memoria però, credo non faremo fatica a trovare parole che accomunino tutte le esperienze più significative in neroverde, chi abbiamo incontrato, cosa abbiamo imparato, cosa abbiamo insegnato, soprattutto cosa resta da rilanciare da qui in avanti guardando all'Europa...*

*Primo. Questa è una storia di tradizione. Poche città possono vantare un patrimonio produttivo e imprenditoriale come quello che a Sassuolo, grazie ad aziende e professionalità, mette in campo standard di qualità fuori dal comune. (...)*

*Secondo. Bertolt Brecht diceva che la minima unità umana è costituita non da una persona sola ma da due. Questa è una storia di incontri, in cima a tutti quello tra la Mapei del Dottor Squinzi e questa città con il suo club e le sue persone. La solidità di un gruppo come Mapei, forte anche delle esperienze felici nel ciclismo, ha portato metodo e programmazione, investimenti e innovazione. Lo sport è sì emozione ma ha bisogno di intelligenza e lungimiranza in chi guida e sceglie. (...)*

*Terzo. Solo così si raggiungono traguardi importanti, questa è la storia di un successo. Non di un miracolo! La differenza è sostanziale. Il successo è allenamento e disciplina, è fatica e sudore, è pratica quotidiana. Solo grazie a questo credo sia stato possibile il salto dalla categoria di eccellenza fino a diventare un'eccellenza del calcio italiano. (...)*

*Quarto. Questa è la storia di un'opportunità per chi ha scelto di esserci e metterci la faccia. Siete cresciuti e cambiati anche Voi mentre il Sassuolo conquistava gli stadi d'Italia a suon di applausi e di punti, soprattutto con uno stile riconoscibile dal campo alla tribuna. (...) Le fatiche dei vostri antenati sono oggi sotto gli occhi di tutti, dire Sassuolo ancora più di prima vuol dire ceramica.*

*Quinto. Questa è la storia di un sogno... nato così... una frase buttata lì che a qualcuno poteva sembrare un azzardo, "arrivare in serie A e battere l'Inter a San Siro 1 a 0". Per chi sogna ma è abituato a svegliarsi presto la mattina e rimboccarsi le maniche non c'è limite ai desideri, occorre solo metterci testa, cuore e polmoni. Ora tocca di nuovo a voi, l'Europa chiama e bisogna rispondere "presente!" I riflettori si accendono, il gioco ricomincia, si torna a correre... Solo un'avvertenza: attenti a quello che desiderate, capace che prima o poi si avvera.*







PRESENTAZIONE DELLA SQUADRA NEL CUORE DI SASSUOLO

# PIAZZA GARIBALDI UN "MAPEI STADIUM"

Chi ha detto che solo i piloti di Formula 1 e MotoGP hanno le "ombrelline"? I giocatori del Sassuolo Calcio hanno le loro. Si tratta delle "goccine", ovvero le testimonial live della campagna Mapelastatic che, in occasione del giovedì nero-verde, - la presentazione della stagione 2016-17 del Sassuolo Calcio - hanno accolto sponsor, simpatizzanti, tifosi e ospiti nell'accogliente Piazza Garibaldi. Le ragazze avevano il loro ombrellino, esattamente come impone la vivace e apprezzata campagna Mapelastatic ideata dalla Jack Blutharski di Bologna.

La presentazione in stile hollywoodiano dei giocatori di mister Eusebio Di Francesco ha coinciso col grande battage pubblicitario Mapelastatic, capostipite nella famiglia del marchio di impermeabilizzanti del Gruppo Mapei. Le simpatiche e avvenenti "goccine" con jeans, maglietta griffata Mapei Mapelastatic e sorriso illuminante hanno catturato tante attenzioni e le prime richieste di selfie da parte dei

supporter neroverdi.

Più che una piazza, la "Garibaldi" era una via di mezzo tra la curva sud del Mapei Stadium e un'autentica arena. Un bagno di folla ha accolto il pullman con giocatori e dirigenti. Ai margini della piazza sventolavano i bandieroni neroverdi, e una bandiera tricolore: il Sassuolo è infatti la più italiana tra le squadre italiane ammesse alle competizioni internazionali.

La presentazione della stagione 2016-17, quella del grande debutto del Sassuolo in Europa League, è iniziata con Federica Lodi di Sky Sport sul palco e un parterre de roi nelle prime file: accanto a Carlo Rossi, presidente della società nero verde, c'era il dottor Giorgio Squinzi, amministratore unico del Gruppo Mapei, la dottoressa Adriana Spazzoli, direttore marketing operativo e comunicazione Mapei, Giovanni Carnevali, direttore generale e amministratore delegato del club di Sassuolo, e Claudio Pistoni, Sindaco di Sassuolo con altri amministratori.



**SOPRA.** In piazza Garibaldi gli spettatori sono stati accolti dalle "goccine", le testimonial della campagna MAPELASTATIC.

**A DESTRA.** Durante la serata di presentazione della stagione 2016/17 sono intervenuti Giovanni Carnevali, amministratore delegato del Sassuolo Calcio, e il sindaco di Sassuolo Claudio Pistoni.



“Resta con noi, Berardi resta con noi!”, hanno cantato i fan come rito propiziatorio per scacciare le voci di mercato. C'è stato il saluto di Carlo Rossi ai suoi tifosi e concittadini. La parola è poi passata al Sindaco: “Sono orgoglioso di essere il Sindaco di una città che vanta una squadra ammessa all'Europa League - ha detto Claudio Pistoni - l'immagine che il Sassuolo Calcio sta dando alla città è enorme: anche chi non apprezza il football deve apprezzare il lavoro della Mapei e di tutto lo staff neroverde. Quando c'è un progetto vincente i risultati si vedono”.

Il dottor Squinzi è salito sul palco tra i tripudio dei sostenitori. “Sono convinto che nella nuova stagione vedremo cose belle. Adesso dobbiamo dimostrare di essere all'altezza del risultato che abbiamo ottenuto, ovvero l'ingresso in Europa”. Poi Squinzi si è rivolto a Di Francesco e ai giocatori. “Io chiedo a ogni inizio di stagione di ottenere 10 punti in più rispetto all'annata precedente. I giocatori nella stagione 2015-16 ne hanno ottenuti 12 in più dell'anno prima. Vorrà dire che a fine maggio 2017 mi accontenterò dell'aumento di 8 punti”. Anche la dottoressa Spazzoli ha salutato e ringraziato gli sportivi e i giocatori.

Sul palco e ai microfoni delle tv il direttore Carnevali ha parlato altresì di calciomercato: “Siamo in buoni rapporti con l'Inter e altre grandi società, però non abbiamo l'esigenza di vendere”. Poi, uno alla volta, sono saliti sul palco i giocatori.

La folla del “Sasol” ha eletto a proprio beniamino il portiere Andrea Consigli, 29 anni. “L'ingresso in Europa League - ha affermato il portiere cresciuto nell'Atalan-

ta - ci ha obbligati a ridurre le vacanze. Non è un problema: avrei anche ricominciato ad allenarmi con un mese d'anticipo pur di vivere l'esperienza europea. Approdare in Europa League era un sogno per noi del Sassuolo e si è realizzato”. L'ambiente del Sassuolo galvanizza Consigli: “Nell'estate 2014, quando ho lasciato l'Atalanta per diventare un neroverde, molti mi hanno criticato. Adesso sono contentissimo di essere al Sassuolo, una società molto organizzata e ambiziosa grazie alla quale mi sono preso delle rivincite. E il fatto che un allenatore come Di Francesco, seppur richiesto da squadre di grandi città, abbia deciso di

rimanere con noi mi dà enorme morale”. “Peluso-Peluso-Peluso!”, hanno urlato i fan quando Federico Peluso, 32 anni, ha affiancato la conduttrice sul palco. Per il giocatore è iniziata la terza stagione al Sassuolo. “Il sesto posto che abbiamo ottenuto nello scorso Campionato - afferma Peluso - è un risultato importante: eguagliarlo o addirittura migliorarlo sarà molto difficile. Noi cercheremo di tramutare ogni nostra risorsa in energia positiva: vogliamo migliorare!”.

Un tifoso ha regalato a mister Di Francesco una maglia nera “propiziatoria” per l'Europa: “Sarà una stagione difficile”, ha detto Di Francesco sul palco. “Ai giocatori chiedo di migliorare sul piano dell'intensità. In ogni gara devono riuscire a dare il massimo per 95 minuti. I giovani devono evidenziare un salto di qualità. Tutti, anche Berardi”. Nel corso della serata si è parlato della campagna abbonamenti. Tra i cori a favore di capitano Magnanelli, Missiroli (“Meritavi la maglia azzurra all'Europeo”), Sansone, Acerbi, Defrel, Duncan e gli altri, la serata è giunta all'augurale fotona di gruppo.

## CHE BELLE LE NUOVE MAGLIE!

Tra le novità del Sassuolo 2016-17 ci sono anche le divise da gioco confezionate da Kappa. Cinque modelle hanno sfilato con le nuove divise alla presentazione di Piazza Garibaldi. La “prima maglia” - o, se preferite, la “home” - è rimasta tradizionale, con le strisce verticali nero-verdi.

La seconda divisa, definita “da trasferta”, costituisce la novità principale: ha sempre il bianco come colore dominante, però sulla maglia la fascia nero-verde è trasversale, stile River Plate (leggendaria squadra argentina). Da molti anni l'azzurro è il colore aziendale Mapei e anche il Sassuolo Calcio si adegua. È stato confer-

mato l'azzurro come colore dominante per la terza divisa. La novità è costituita dalla striscia nera su spalla e manica. Per tutte le 3 tipologie di maglia da giocatori di movimento i pantaloncini e i calzettoni sono cromaticamente coordinati. I portieri avranno due possibilità: divisa rossa oppure orange. Entrambe hanno la striscia alle maniche e bordatura di colore nero ai calzettoni. Per tutte le divise dei giocatori di movimento e dei portieri è prevista la scritta verticale “Sassuolo” sui calzettoni.







**BANDO DI CONCORSO**

## AL VIA CRESCO AWARD CITTÀ SOSTENIBILI

**FINO AL 15 SETTEMBRE I COMUNI PIÙ SOSTENIBILI POTRANNO  
PARTECIPARE AL PREMIO PROMOSSO DA FONDAZIONE SODALITAS**



Fondazione Sodalitas, che promuove la Sostenibilità d'impresa in Italia e associa un centinaio d'impres leader nei principali settori, nel giugno scorso ha presentato il premio **Cresco Award Città Sostenibili**. Realizzata con ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani), l'iniziativa si propone di valorizzare la spinta innovativa dei comuni italiani e di premiare i progetti più efficaci per promuovere lo sviluppo sostenibile dei territori. Questo riconoscimento rientra nell'ambito della campagna europea "Sustainable living in cities", promossa nel nostro Paese proprio da Fondazione Sodalitas, che è partner nazionale di Corporate Social Responsibility Europe.

Rendere i territori e le città sostenibili, inclusivi e sicuri, e quindi in grado di offrire una migliore qualità della vita alle persone che li abitano, è un obiettivo-chiave di sviluppo che richiede l'impegno di tutti, istituzioni, imprese e società civile, come affermato anche dalle Nazioni Unite con i recenti Sustainable Development Goals e dall'Unione Europea con la EU Urban Agenda.

Anche i cittadini italiani si mostrano sempre più sensibili e consapevoli dell'importanza di contribuire allo sviluppo sostenibile dei territori nei quali abitano e l'82% indica nelle amministrazioni locali i soggetti chiamati a impegnarsi per raggiungere questo

obiettivo. In Italia la green economy è percepita come una leva importante di vantaggio competitivo. Nel nostro Paese la scarsità di materie prime ha spinto verso una razionalizzazione del loro utilizzo e il sistema di incentivi e disincentivi, prospettato dal nuovo Collegato ambientale 2016 (le nuove norme a favore della green economy e per il contenimento dell'uso eccessivo delle risorse naturali), può rafforzare ulteriormente questa vocazione nazionale.

### COME PARTECIPARE AL CRESCO AWARD

Al **Cresco Award Città Sostenibili** i Comuni e le Unioni tra Comuni possono candidare progetti sviluppati in 3 categorie: Sostenibilità ambientale; Sostenibilità sociale; Sostenibilità economica. Per ciascuna categoria, il Cresco Award verrà assegnato a Comuni o Unioni tra Comuni con più di 50.000 abitanti e a Comuni o Unioni tra Comuni con meno di 50.000 abitanti. Dieci aziende tra quelle aderenti a Fondazione Sodalitas hanno inoltre scelto di istituire altrettanti Premi Impresa che saranno assegnati nell'ambito del Cresco Award. Le aziende sono ABB, Bracco, DNV GL, Enel, Pirelli, Siemens, Sodexo, ST Microelectronics, Unicredit e Mapei, che assegnerà il premio "Tecnologia e materiali a salvaguardia dell'ambiente e della sostenibilità sociale".

Fino alle ore 13 del 15 settembre, tutti i Comuni e le Unioni tra Comuni potranno candidare i propri progetti di sviluppo sostenibile sulla piattaforma digitale

di Fondazione Italiana Accenture.

Le candidature saranno valutate da una giuria presieduta da Giovanni Azzone, rettore del Politecnico di Milano.

**<http://crescoaward.ideatre60.it>**

# DOHA 2016 QATAR

UCI ROAD WORLD CHAMPIONSHIPS DOHA | 9-16 OCTOBER 2016



*The Race Starts Here!*



Main Sponsors



Official Sponsors

SHIMANO



Official Suppliers

Tacx







**MAPEI® PRESENTA:**

SIAMO  
DUE GOCCE,  
CI FAI  
ENTRARE?

SIAMO  
TUTTE BAGNATE.  
HAI VERAMENTE  
UN CUORE  
DI PIETRA.

**NO! HO UN CUORE  
MAPELASTIC.**

IN 30 ANNI MAPELASTIC HA IMPERMEABILIZZATO OLTRE 350 MILIONI DI METRI QUADRATI E NON HA FATTO PASSARE UNA GOCCIA. **TERRAZZE, BALCONI, BAGNI, PISCINE, DIGHE. TUTTO.** MAPELASTIC LA MEMBRANA CEMENTIZIA ELASTICA PER IMPERMEABILIZZARE IN MODO SICURO E DEFINITIVO.  
**MAPELASTIC, L'ORIGINALE.**

**NELLE MIGLIORI RIVENDITE  
DI MATERIALE EDILE E DI CERAMICA.**



**WWW.MAPELASTIC.IT**