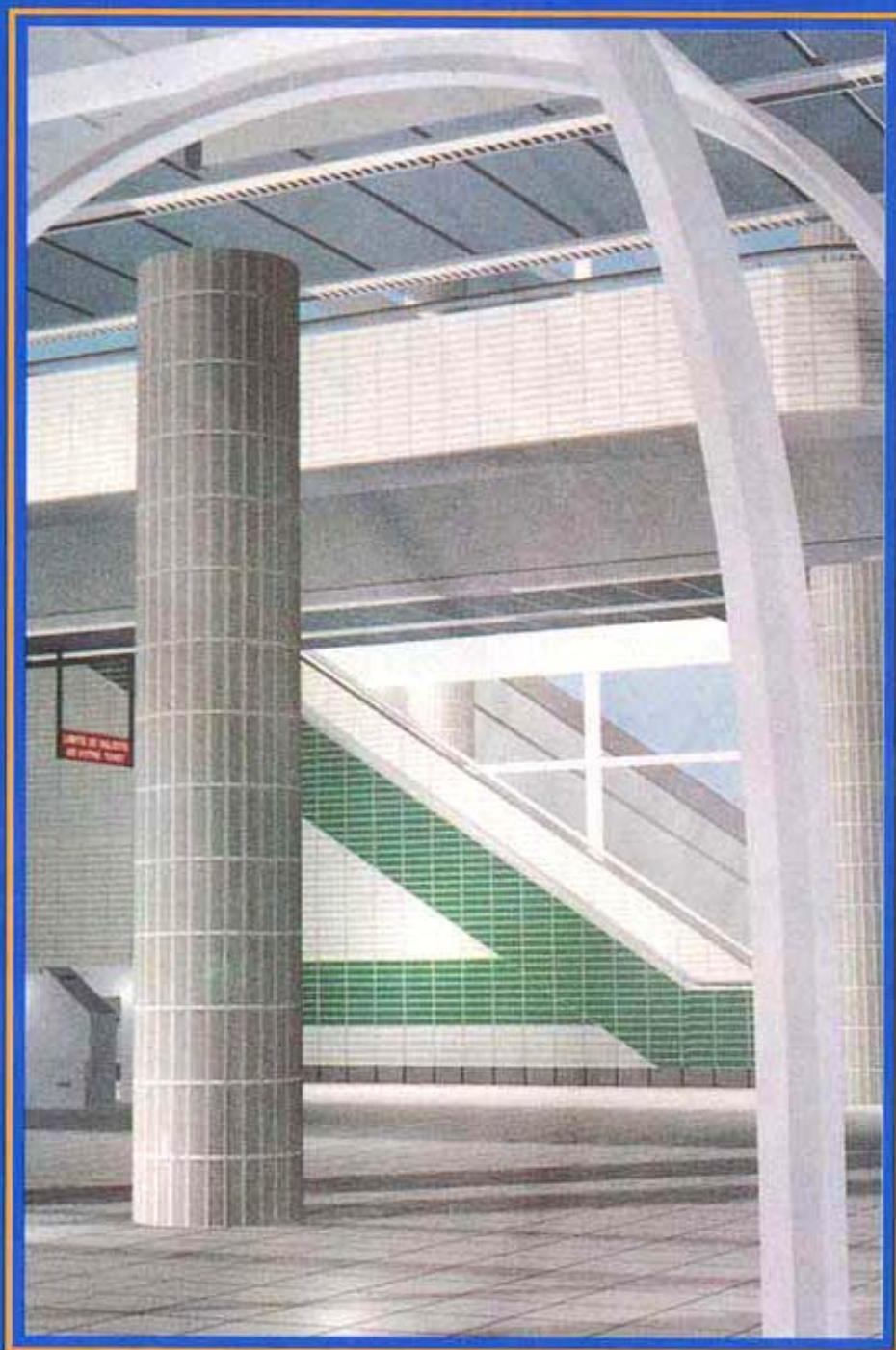


REALTÁ MAPEI

Bimestrale di attualità, tecnica e cultura



Il Metrò di Tolosa

Resilienti a convegno

Saie Due '94

Keranet
e Adesilex Fis 13

Ciclismo: intervista
a V. Bartolozzi
e F. Ballerini



16



**DIRETTORE
RESPONSABILE**

Adriana Spazzoli

**SEGRETERIA DI
REDAZIONE**

Carla Fini

**PROGETTO GRAFICO
IMPAGINAZIONE**

Magazine - Milano

FOTOCOMPOSIZIONE

BP Fotocomposizione

FOTOLITO

Overscan

STAMPA

Arti Grafiche Beta

**DIREZIONE E
REDAZIONE**

Via Cafiero, 22
20158 Milano
tel. 02-37673.210
fax 02-37673.214

EDITORE

Mapei S.p.A.

Foto grande di copertina:
Nella metropolitana di
Tolosa i rivestimenti sono
stati realizzati con
piastrelle di gres
smaltato. Nella foto, una
delle 15 stazioni.

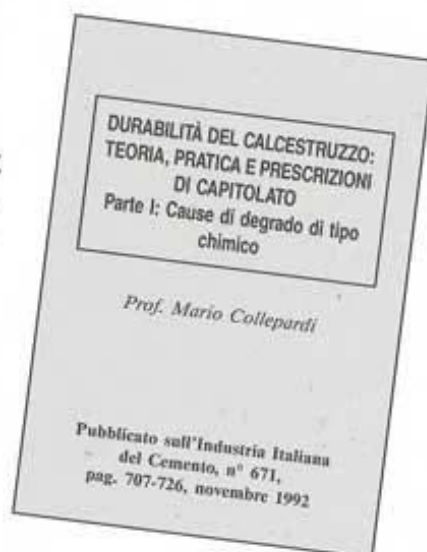
RIVISTA BIMESTRALE
Registrazione del
Tribunale di Milano
n. 363 del 20.5.1991

*Hanno collaborato a
questo numero
con testi, foto e notizie:*
Andrea Aliverti, Gianni
Baggi, Roberto Bettini,
Gilles Bolle-Reddat,
Adelmo Bovio, Maurizio
Costanzi, Severino
Galbiati, Paolo Giglio,
Leslee Hall-Sheedy,
Roberto Leoni,
Alessandro Locatelli,
Sergio Mammi,
Francesco Stronati

**ALL'INTERNO TROVERETE LA TESSERA
MAGNETICA CHE PERMETTE
L'INGRESSO GRATUITO SENZA CODE
ALLA PROSSIMA EDIZIONE
DI CERSAIE, (VEDI ULTIMA
DI COPERTINA). CONSERVATELA;
VI SARÀ UTILE PER ACCEDERE ANCHE
ALLO STAND MAPEI - AREA EST. 45.
VI ASPETTIAMO!**



**IN OMAGGIO,
ALLEGATO A QUESTO NUMERO
IL FASCICOLO TECNICO
"DURABILITÀ DEL CALCESTRUZZO:
TEORIA, PRATICA E PRESCRIZIONI
DI CAPITOLATO. PARTE 1°",
REDATTO DAL PROFESSOR
MARIO COLLEPARDI
E DAGLI ESPERTI
DEL LABORATORIO ENCO**





2 **Referenze estero:** La metropolitana di Tolosa di *F. Stronati e G. Bolle-Reddat*

6 **Il mercato:** Il convegno sui resilienti di *Adelmo Bovio*

8 Moquette, una soluzione antistress

10 **Fiere estero:** Pavimenti a confronto

14 **Fiere Italia:** Il Saie Due di Bologna: Recupero ed edilizia sportiva

17 **Attualità:** Chimica e qualità della vita

18 **Prodotti in evidenza:** Keranet e Adesilex Fis 13

REALTA MAPEI

20 **Il parere dell'esperto:** L'era dell'informazione di *Sergio Mammi*

23 La formazione

24 Recensioni

26 **L'impegno nello sport:** Cinquant'anni di ciclismo

29 In volata a denti stretti

30 Appuntamento con il Grande Nord

32 **Curiosità:** Oasi marine di *P. Giglio e M. Costanzi*

LA METROPOLITANA DI TOLOSA

L'arte contemporanea ha "invaso" il nuovo Metro di Tolosa. Le quindici stazioni della prima linea sono infatti rivestite di gres smaltato, interpretato dagli artisti e posato con prodotti Mapei.

di Francesco Stronati e Gilles Bolle-Reddat

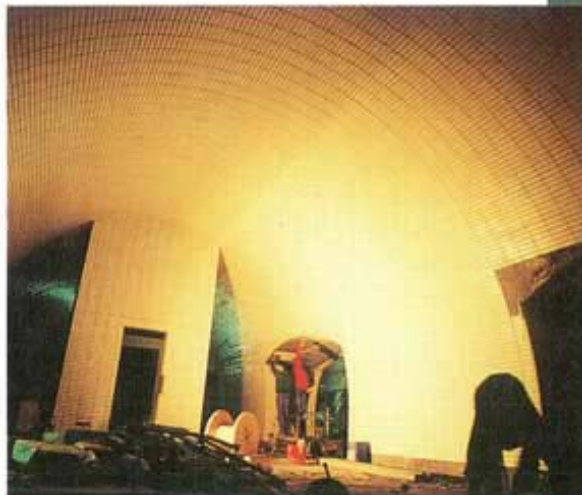
Lo sviluppo urbanistico delle città, spesso caotico dal dopoguerra ad oggi, ha fatto nascere l'esigenza di trasporti urbani assai rapidi ed efficienti. Per questo, negli ultimi anni, è stato dato un notevole impulso alle linee metropolitane.

Anche se sotterranee, tali opere hanno punti di accesso in superficie che possono diventare luoghi di incontro significativi e devono quindi essere realizzati in modo funzionale e al tempo stesso in sintonia con il contesto urbanistico cittadino.

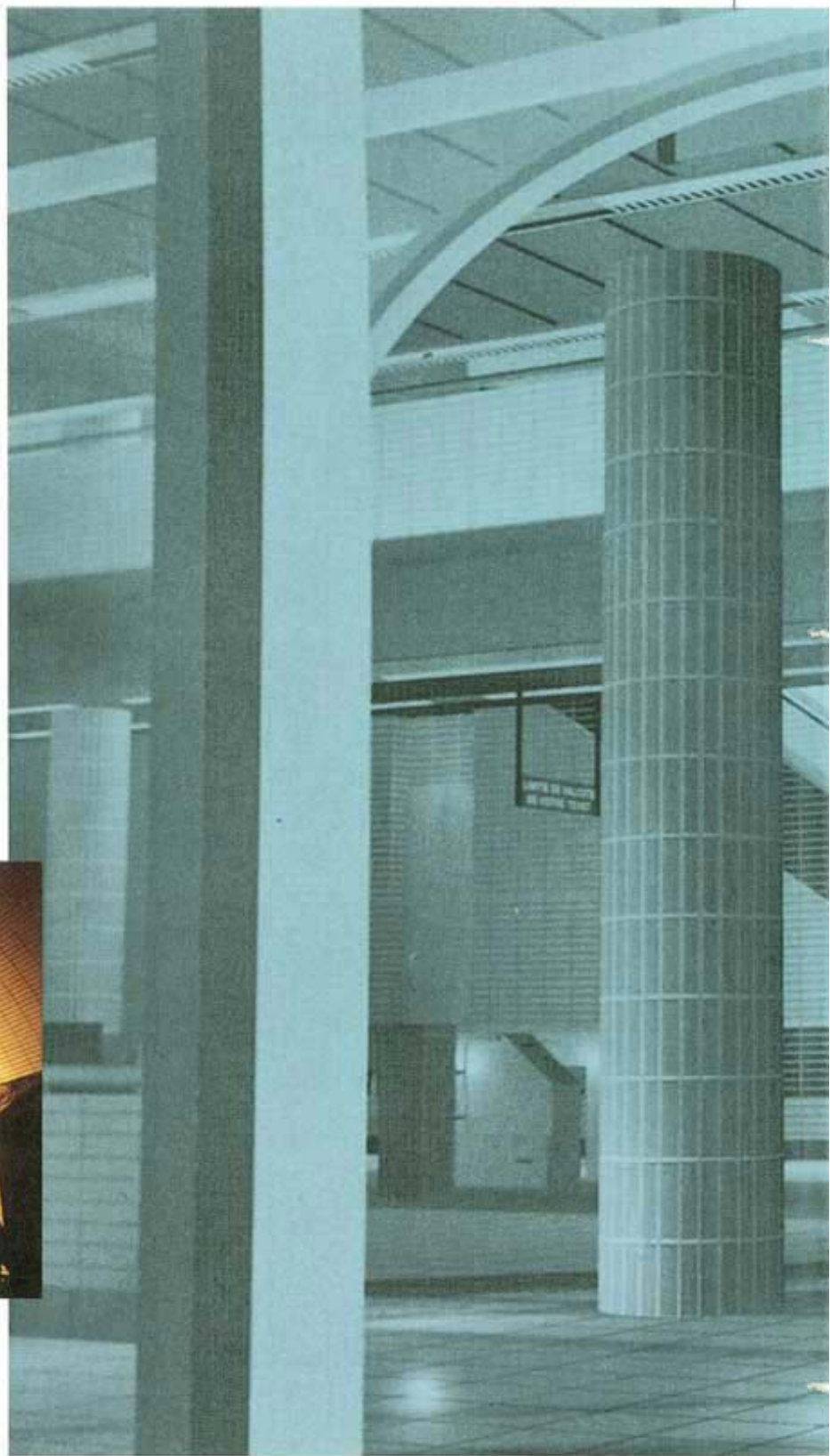
Un esempio di tutto ciò è la nuova metropolitana di Tolosa: la prima linea è stata inaugurata il 26 giugno 1993, la seconda sarà operativa entro il 2000. Per realizzare l'intero progetto vengono mobilitate in permanenza nei cantieri ben 1000 persone, sono coinvolte 200 imprese, mentre l'investimento totale è di 3,3 miliardi di franchi francesi.

15 stazioni in 5 anni

La prima linea della metropolitana, realizzata in soli 5 anni, è lunga 10 chilometri così suddivisi: 1 Km su

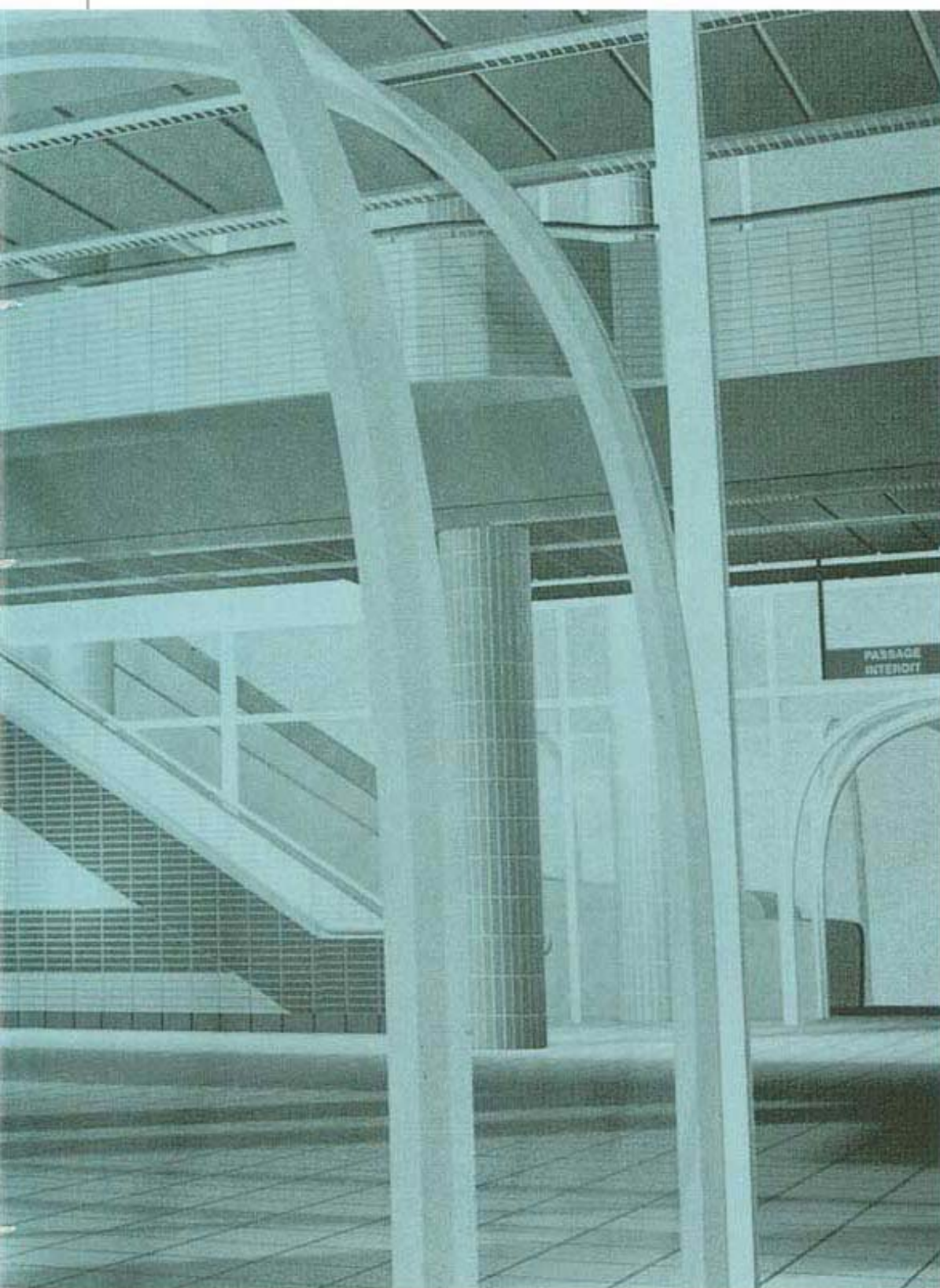


Le schede tecniche dei prodotti citati in questo articolo sono contenute nel raccoglitore Mapei numero 1 "Prodotti per la posa della ceramica e delle pietre naturali" e numero 3 "Prodotti per l'edilizia"





Nella foto piccola della pagina precedente una fase del cantiere durante i lavori di posa delle piastrelle, per la quale sono stati usati i prodotti qui sotto elencati



Mapegrout Tissotropico



Nivorapid



Granirapid



Kerabond + Isolastic



Keracolor Grosso

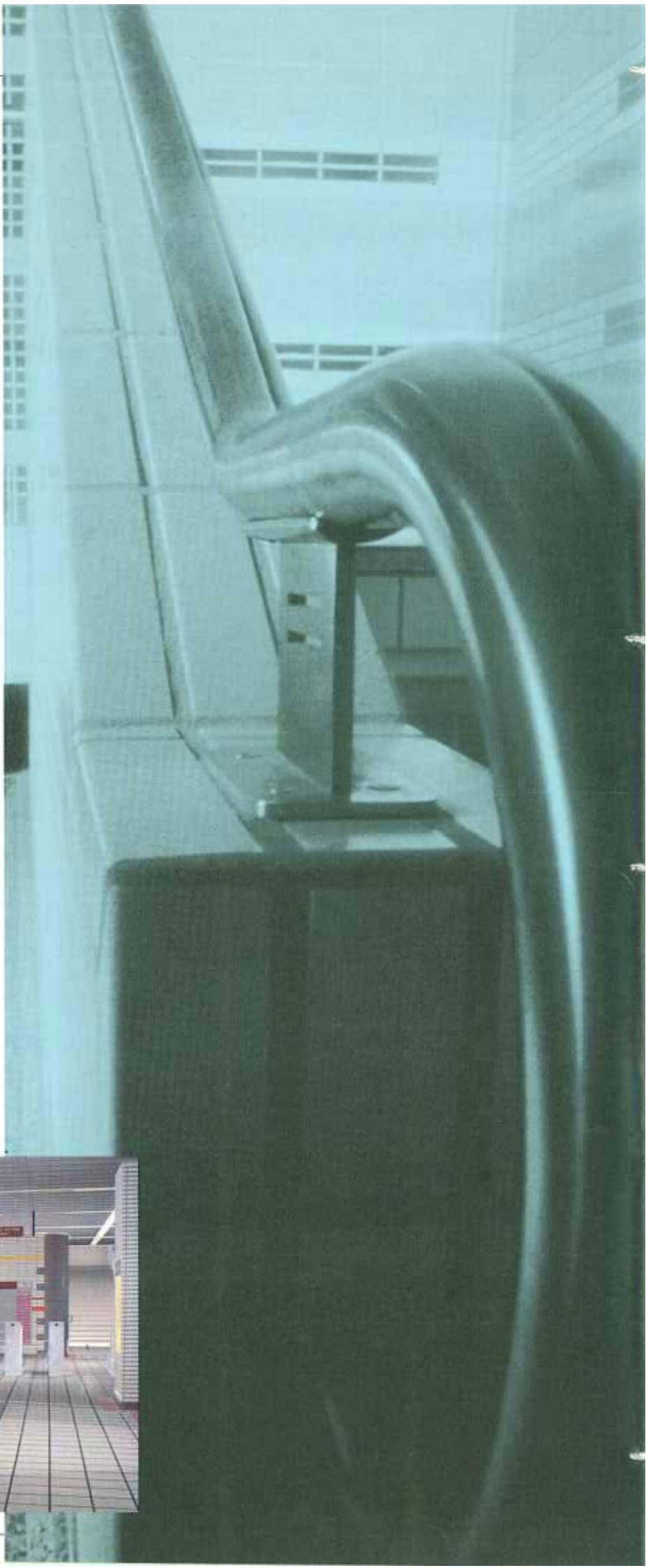
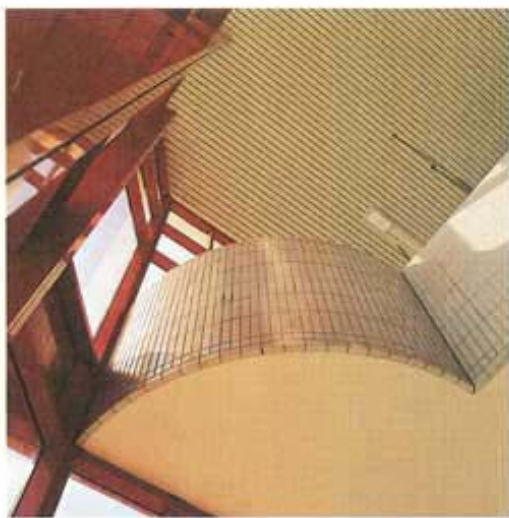


MapeSil AC

viadotto, 3 a cielo aperto entro trincee, 6 in galleria, "punteggiati" da 15 stazioni di superficie progettate e realizzate con incredibile cura. In ciascuna di esse l'opera dell'architetto si sposa a quella dell'artista.

Nella stazione di Saint Cyprien, per esempio, François Morellet ha creato un monumento minimalista al "mattonne di Tolosa"; nella stazione di Place du Capitole, quella più importante perché vicino al Municipio, il pittore italiano Giulio Paolini ha elevato nove colonne di granito; nella stazione di Bellefontaine, Guy-Rachel Grataloup ha realizzato una fontana formata da due tronchi di piramide; nella stazione di Mermoz, Jean-Paul Chambas ha dipinto una serie di immagini sul folle desiderio di aria.

In tutte e quindici le stazioni sono state posate migliaia di metri quadrati di piastrelle di gres smaltato che è resistente all'usura, facilmente pulibile e con elevati standard estetici. Il rivestimento ha riguardato tutte le superfici interne alle stazioni e, nel caso di Bellefontaine, anche quelle esterne.



Nella pagina accanto, particolare della stazione Bellefontaine (architetti Y. Faup e F. Zirk) e dei tornelli d'ingresso alla stazione Jolimont

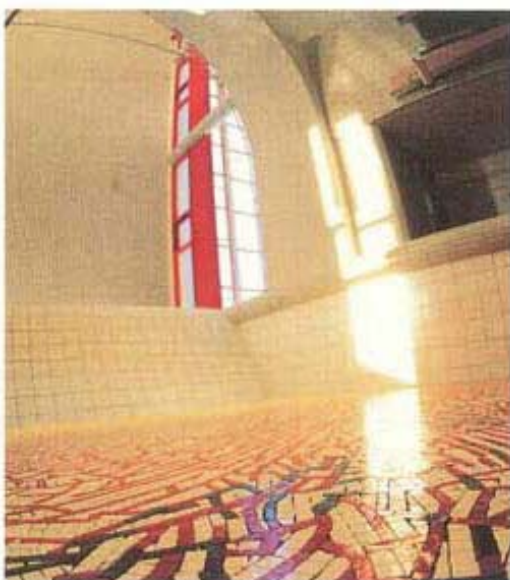
A destra, particolare del mosaico ceramico della stazione di Bellefontaine

In basso, scultura di Daniel Coulet nella stazione Mirail Université

Le difficili banchine

Uno dei principali problemi tecnici è stato quello delle banchine, precedentemente rivestite con un manto bituminoso assolutamente non idoneo a ricevere alcun tipo di rivestimento. Per risolvere questo problema (e in tempi relativamente brevi) è stata adottata la seguente soluzione:

- rimozione totale del preesistente



manto bituminoso;
 - regolarizzazione del sottofondo con NIVORAPID, rasatura cementizia tissotropica ad asciugamento ultrarapido;
 - posa del rivestimento ceramico dopo 6 ore dall'esecuzione della suddetta rasatura con l'adesivo GRANIRAPID, sistema adesivo bicomponente a presa e idratazione rapida. Grazie alle caratteristiche di GRANIRAPID è stato possibile aprire la banchina al traffico pedonale dopo 24 ore dalla posa del rivestimento ceramico.



Murales ceramici

Prima della posa del rivestimento ceramico sulle pareti, è stato necessario eseguire un intonaco dello spessore di 5 cm.

L'operazione è stata effettuata mediante applicazione a spruzzo di MAPEGROUT TISSOTROPICO, malta cementizia premiscelata in polvere a ritiro controllato. In questo caso il rivestimento ceramico è stato posto in opera utilizzando un adesivo cementizio in polvere quale KERABOND additivato con ISOLASTIC. L'uso di ISOLASTIC, lattice elasticizzante per adesivi cementizi, ha reso l'adesivo sufficientemente elastico per assorbire le eventuali deformazioni differenziali tra l'intonaco cementizio e il rivestimento ceramico. Infine la sigillatura delle fughe è stata effettuata con KERACOLOR Grosso ex 4/15, malta cementizia speciale per fughe da 4 a 15 mm, mentre la sigillatura dei giunti elastici è stata realizzata, previa applicazione del PRIMER FD, con MAPESIL AC, sigillante siliconico monocomponente.

SCHEDA TECNICA

CANTIERE: 15 stazioni della linea A del Metro di Tolosa, Francia

ANNO DI COSTRUZIONE: 1993

GESTIONE DEI TRASPORTI: MT Developpement, Tolosa

IMPRESA DI POSA: Mosailux di Tolosa, diretta da Vincent Catala

CONTRATTORE GENERALE: Bisseuil del Gruppo Bouygues

RIVESTIMENTO INTERNO: 1400 mq di VB Granifloor 30x30, 20.000 mq di Buchtal in vari formati, 1.500 mq di granito

RIVESTIMENTO ESTERNO: 1.200 metri quadrati di gres smaltato



IN ATTESA DELLA RIPRESA

Come ogni anno l'indagine statistica, condotta da Mapei sulle vendite in Italia dei materiali da pavimento e rivestimento, offre spunti per considerazioni più generali sul mercato edilizio.

Testo di Adelmo Bovio - foto di Severino Galbiati

I dati rilevati dall'11° indagine sul consumo italiano dei materiali per pavimenti e rivestimenti, realizzata dall'ufficio marketing Mapei con le informazioni raccolte da un esauriente campione di aziende (vedi elenco), forniscono alcune indicazioni utili sul mercato edilizio in generale. I risultati dell'analisi, presentati in un convegno svoltosi il 7 aprile nella sede milanese di Mapei, sono stati sintetizzati in tabelle, alcune delle quali sono riportate in queste pagine.

Esse evidenziano il calo generale nelle vendite dei pavimenti resilienti che hanno fatto registrare una riduzione del 14,2 per cento nel 1993 rispetto all'anno precedente.

Tale andamento dipende soprattutto dalla riduzione del mercato del contract, condizionato dal blocco della grande cantieristica e in particolare degli

appalti pubblici. I materiali che più hanno risentito della crisi generale dell'edilizia sono stati

MERCATO DEI PAVIMENTI IN ITALIA

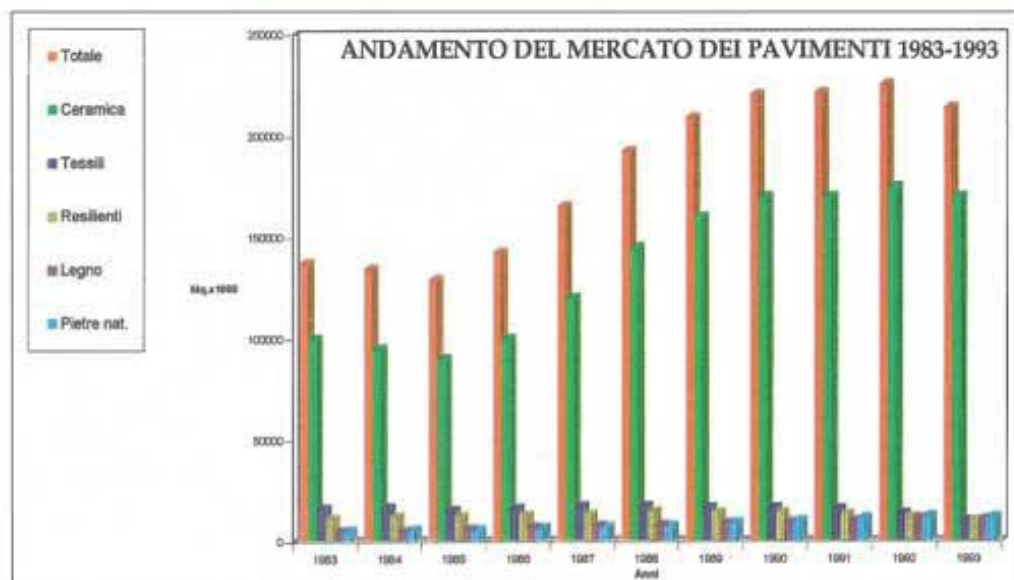
| | 1992 | 1993 | % | % '93/'92 |
|-------------------------------|----------------|----------------|------------|--------------|
| Ceramica | 175.000 | 170.000 | 79,5 | - 2,9 |
| Legno | 11.500 | 11.000 | 5,2 | - 4,4 |
| Tessili Moquettes | 7.000 | 5.300 | 2,5 | -24,3 |
| Agugliati | 6.700 | 4.800 | 2,2 | -28,4 |
| Pietre naturali, conglomerati | 12.500 | 12.000 | 5,6 | - 4,5 |
| Resilienti | 12.564 | 10.777 | 5 | -14,2 |
| TOTALE GENERALE | 225.264 | 213.877 | 100 | - 5,1 |

Fonte: Elaborazione Marketing/MAPEI mqx1000

MERCATO DEI RIVESTIMENTI IN ITALIA

| | 1992 | 1993 | % '93/'92 |
|------------------------------|----------------|----------------|--------------|
| Carte | 21.000 | 17.800 | -15,2 |
| Carte viniliche | 32.000 | 25.500 | -20,3 |
| Vinilici ed espansi | 3.200 | 3.150 | -11,6 |
| Agugliati | 1.100 | 850 | -22,7 |
| Tessuti e fil posé | 1.250 | 720 | -42,4 |
| SUB TOTALE | 58.550 | 48.020 | -18,0 |
| Ceramica | 75.000 | 70.000 | - 6,7 |
| Varie (legno, lapidei, etc.) | 3.500 | 3.500 | |
| TOTALE GENERALE | 137.050 | 121.520 | -11,3 |

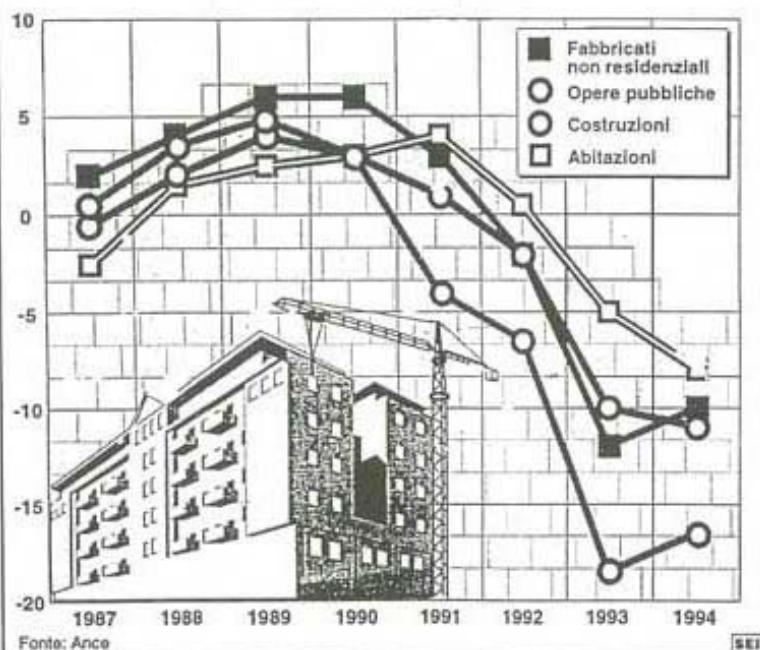
Fonte: Elaborazione Marketing/MAPEI mqx1000



Fonte: Elaborazione Marketing/Mapei

Investimenti in costruzioni in Italia

Variazioni % annuali di quantità



Aziende che hanno partecipato alla rilevazione statistica 1994, fornendo i dati sui pavimenti resilienti:

Aetas, Aplem, Artigo, Adriplast, Baladecor, Berti Francesco, Cavazzoni & C, Centro Pavimenti e Rivestimenti, Chiesa Dante, Decor Diffusione, D.L.W. Italia, Due Palme, Edilmoquette, Edilmoquette Mobasco, Eurasia, Englaro Beppino, Forbo Italia, FOR.C.E.P., Formar, Freudenberg Italia, Gerflor, Gori Gomma, Linoleum Gomma Zanaga, Limonta Floor Coverings, Linoleum Italia, Liuni, Mondo, Pragotecnica, Priaspas, Remp, S.I.L.M.A., Saiag, Sintesi, SO.GE.GA., Sobel, Sommer, Saradini-Sigma 3, Tarkett, 3M, Violini.

linoleum, gomma e pvc, i pavimenti tradizionalmente usati nelle scuole, negli impianti sportivi, negli ospedali e negli uffici pubblici. Il calo dei pavimenti in generale (-5,1 per cento) e dei resilienti in particolare è stato comunque inferiore al rallentamento dell'edilizia nel suo complesso (vedi tabella qui a lato). In parte perché si tratta di una componente che interviene nella fase successiva al cantiere vero e proprio. Se è vero che le nuove costruzioni si sono bloccate, è anche vero che molte di esse sono arrivate alla fase conclusiva nel 1993, dando impulso positivo alle finiture come i pavimenti, mentre già si intravede una ripresa dell'attività edilizia per la fine del 1994. La diminuzione delle vendite dei resilienti è in parte (7-8 per cento circa) compensata dall'«appeal» che hanno sui consumatori privati e dagli impieghi «speciali» come l'arredamento (rivestimento di pannelli), la moda e i mezzi di trasporto.

Una nota di incoraggiamento viene dall'export: il prodotto italiano risulta assai competitivo sia dal punto di vista tecnologico, sia per il cambio favorevole della lira.

Analizzando invece la distribuzione regionale, l'indagine ha confermato che i pavimenti resilienti si vendono per il 68,4% nel Nord Italia, per il 18,9% al Centro e per il 12,7% al Sud.

LA SOLUZIONE ANTI STRESS

E' partita in grande stile la campagna promozionale '94 di Moquette Associati. Perché e con quali obiettivi lo spiega il presidente, Raffaele Del Pesce.



La moquette in Italia non ha pace. Alla crisi ormai endemica dei consumi si è aggiunta recentemente una vera e propria

campagna denigratoria fatta molto spesso di preconcetti e disinformazione e volta a instillare nel pubblico il dubbio che questo tipo di rivestimento sia addirittura dannoso per la salute. Critiche assurde, come gli addetti ai lavori ben sanno, ma che trovano facile presa nei comuni cittadini abituati a credere ciecamente o quasi a quanto letto sui giornali o sentito alla televisione.

Per questo i produttori nazionali hanno deciso di muoversi con fermezza su due fronti: da un lato informare in maniera capillare rivenditori e consumatori sui pregi della pavimentazione tessile, dall'altro controbattere tempestivamente con iniziative di vario genere (comunicati, conferenze, tavole rotonde, ecc.). La prima iniziativa è stata la pubblicazione dell'opuscolo "Moquette. Sì, è meglio!", distribuito in gran numero ai dettaglianti. In esso vengono spiegati i pregi delle pavimentazioni tessili in generale e in particolare di moquette e tappeti.

Tessili alla riscossa

Su quanto è stato fatto e sulla situazione di mercato sentiamo l'opinione di Raffaele Del Pesce, presidente di Moquette Associati, l'Associazione italiana di produttori di moquette, fibre, colle e componenti

nata nel 1992 per difendere e sostenere l'immagine della pavimentazione tessile nel nostro Paese.

Dottor Del Pesce, come è nata l'associazione?

Quasi spontaneamente tra tutti i produttori italiani per svolgere un'azione di rilancio della pavimentazione tessile che, dopo i "fasti" degli anni Settanta, ha raggiunto ormai il minimo storico di gradimento del pubblico, almeno per l'uso domestico. Parlo di fasti tra virgolette perché la moquette in Italia non ha mai raggiunto grandi volumi. La vendita è di circa 7 milioni di metri quadrati, ben poco se confrontati con i 120 milioni della Germania.

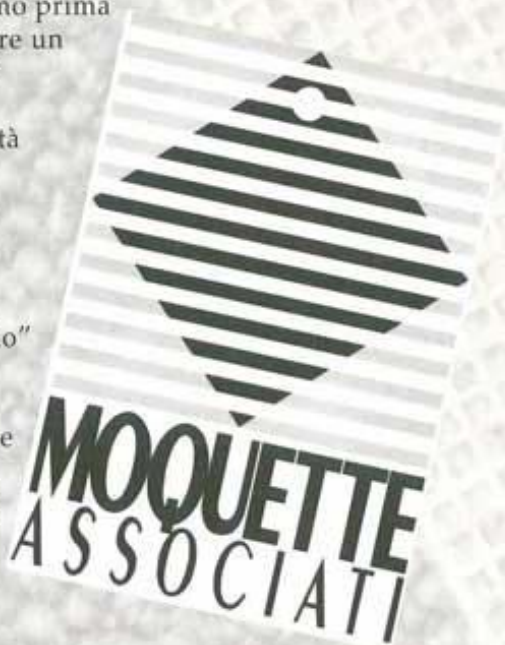
Tuttavia non è una questione di quantità, è invece in gioco l'immagine del prodotto che, pur avendo molte qualità, non viene apprezzato per quello che vale.

Di qui l'idea di associarsi?

Certo. La prima difficoltà è stata proprio quella del programma. Vista la crisi di mercato non disponiamo di fondi per campagne promozionali e abbiamo prima di tutto cercato di avere un quadro generale della situazione affidando un'indagine alla società Eurisco.

E ora siete pronti a scendere in campo?

Sì, con l'opuscolo "Moquette. Sì, è meglio" abbiamo avviato una grande iniziativa che coinvolge direttamente tutti i rivenditori. Rappresentano infatti un importantissimo anello di congiunzione tra



produzione e cliente e giocano un ruolo importante nelle scelte del consumatore finale.

Questa operazione sensibilizza i rivenditori sui vantaggi della moquette, ma indirettamente anche gli architetti e i posatori.

Una specie di decalogo dei pregi della moquette?

E' certamente un'iniziativa che convince ad acquistare la moquette in seguito a una scelta razionale, basata sui pregi che vanno dall'isolamento acustico alla gamma sconfinata di tipi, modelli e colori, alle caratteristiche strutturali, alla facilità di pulizia e di manutenzione e, non ultimo, all'economicità di questo rivestimento competitivo nel prezzo.

E per quanto riguarda l'igiene?

E' un punto importante della nostra campagna di informazione perché molte convinzioni non corrispondono minimamente a verità.

La moquette, come altri pavimenti, non è antigienica "per natura", lo è solo se non viene correttamente mantenuta e pulita. A parità di impegno, la moquette offre addirittura maggiori garanzie di igienicità, proprio perché concentra gran parte della polvere a terra, rendendone più semplice l'asportazione. Ovviamente questo va fatto con regolarità: la

moquette "autopulente" purtroppo non è ancora stata inventata, ma questo vale per tutti i materiali.

E' molto battagliero nella sua difesa....

Ritengo sia giunto il momento di sfatare i luoghi comuni.

La libertà di scelta della moquette si basa anche sull'effettiva libertà di informazione.

Se il consumatore viene influenzato negativamente da pregiudizi e preconcetti nei confronti di questo prodotto è chiaro che anche la sua libertà di scelta viene condizionata. Basta, insomma, con la diffusione di notizie false e tendenziose.

Non crede che, in passato, la scarsa qualità di alcuni prodotti abbia negativamente influito sul mercato?

Il problema della qualità è emerso in passato, ma proprio la crisi ha fatto piazza pulita delle produzioni scadenti. Oggi, per vendere, sono necessari prodotti di alta qualità e probabilmente una delle direzioni verso cui si muoverà l'Associazione sarà quella di adottare un marchio a garanzia del consumatore, come già avviene all'estero.

Il testo è tratto dal mensile Rifiniture d'Interni (numero 10, dicembre 1993) che ringraziamo

MOQUETTE E' MEGLIO

La campagna promozionale "Moquette. Sì, è meglio" (curata da Edinforma, la neonata divisione di Edinterni dedicata espressamente alle pubbliche relazioni) è basata sull'opuscolo pieghevole che contiene i quattro principali temi della pavimentazione tessile: inquinamento, rumore, igiene e sicurezza.

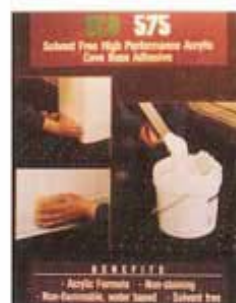


Elenca inoltre i vantaggi di tappeti e moquette. I depliant verranno spediti, insieme al pratico espositore da banco, ai rivenditori che desiderano aderire all'iniziativa versando la quota di L. 50.000. Il dettagliante riceverà così anche la vetrofania e la tessera fedeltà che permette di partecipare alle iniziative dell'associazione in programma per il 1994.

Chi volesse ulteriori informazioni, può telefonare allo 02/66988188.

PAVIMENTI A CONFRONTO

Negli Stati Uniti e in Canada (Surface) si parla di ripresa per le pavimentazioni tessili e resilienti, mentre in Europa (Domotex) il mercato è stazionario. In crescita la ceramica in Spagna (Cevisama).



La grande attesa per l'edizione 1994 di Surface, la principale fiera americana dedicata ai pavimenti e ai rivestimenti murali svoltasi al Sands' Convention Center di Las Vegas dall'11 al 13 febbraio, è stata premiata dall'enorme affluenza di visitatori (oltre 25.000) e da un mercato in piena ascesa. Tutti i maggiori produttori del mercato nordamericano hanno presentato prodotti innovativi, pieni di colore e di grande effetto, presentati con cura e ricercatezza. Surface è stata un'occasione speciale per Mapei: è stata la giusta cornice per presentare anche sul mercato americano una gamma completa di prodotti per la posa di pavimenti e rivestimenti tessili, resilienti e legno. Dopo una lunga esperienza maturata in Europa (Mapei produce adesivi e rasature in Italia dal 1937), anche le consociate nordamericane, prima in Canada e poi in Usa, hanno sviluppato prodotti veramente competitivi e di grande qualità.

Prodotti ecologici

In sintonia con le richieste di mercato, la nuova linea contraddistinta dal marchio ECO comprende una gamma completa di adesivi ecologici, a base di acqua, senza solventi, non infiammabili e praticamente inodori. Si tratta di adesivi per moquette di vario tipo, per resilienti come gomma, pvc e linoleum, per legno, nonché massetti e rasature ad asciugamento rapido, già da tempo sperimentati con successo sul mercato europeo.

Le aspettative dei progettisti

Da un'indagine statistica emerge che, nel mercato americano, i progettisti desiderano sviluppare una collaborazione maggiore con i posatori perché hanno perfettamente capito quanto la posa sia influente sul risultato finale. Sembra che il 62 per cento sia soddisfatto dei

Lo stand Mapei a Surface di Las Vegas dove sono stati presentati i prodotti per la posa dei tessili e resilienti a base di acqua, contraddistinti dal marchio "ECO"

Sotto, un foglio illustrativo della linea Ultrabond ECO





Sopra, il Dott. Giorgio Squinzi in mezzo a Steve Chase e Ray Tordoff

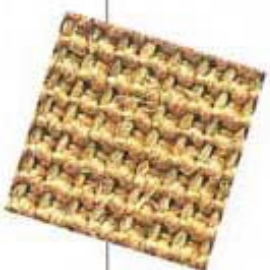
positori, il 23 per cento lo consideri discreto e il 15 per cento sia insoddisfatto. A ciò si aggiunge il continuo aggiornamento tecnologico dei prodotti, sempre di maggior qualità e sempre più ecologici. La richiesta è quindi quella di poter essere meglio informati sull'evoluzione dei prodotti e che essi siano corredati di descrizioni tecniche e di impiego molto chiare e dettagliate.

Nuovo look ai punti vendita

Nell'ambito di questa positiva evoluzione si inserisce un altro anello della catena: il distributore di pavimenti e rivestimenti murali. Come si legge su un recente numero della rivista americana *Flooring*, per sfruttare le potenzialità offerte dal mercato i negozianti dovrebbero seguire alcuni consigli. Prima di tutto lo show-room dovrebbe essere accogliente e attrarre l'attenzione dei clienti con una vasta scelta di soluzioni e un accattivante modo di proporle e disporle. Sarebbe poi auspicabile un più stretto rapporto tra chi vende e chi installa e, come detto prima, anche con i produttori che sono chiamati a studiare con maggior cura le schede tecniche e applicative.

Dalla parte dei consumatori

La casa "cocooning", quella cioè che protegge come un "bozzolo", sembra essere la più richiesta dal pubblico americano e nord-americano (specie quello canadese). Sempre più spesso le famiglie spendono il loro tempo libero all'interno delle rassicuranti pareti domestiche e, forse anche per questo motivo, le desiderano sempre più calde ed accoglienti. L'importanza delle finiture, e dei pavimenti in particolare, assume allora un'importanza notevole. A questo si aggiunge una certa propensione alla spesa: se la propria abitazione diventa psicologicamente una reggia, anche i materiali che la compongono devono essere di prima scelta. Spendere sì, ma spendere bene: se la qualità è assicurata, dicono gli esperti, i consumatori sono disposti a fare qualche sacrificio economico pur di potersela aggiudicare.



LA SITUAZIONE EUROPEA

Fin qui abbiamo dato un sintetico accenno a quanto accade oltre oceano. E in Europa? Eccovi un breve commento dell'appuntamento fieristico di Domotex, al quale si aggiungono i risultati dell'indagine statistica promossa da Mapei sul mercato dei pavimenti, e in particolare dei resilienti (vedi servizio a pag. 6).

E i prodotti? Le novità?

Prodotti tanti (tappeti industriali e artigianali, pavimentazioni tessili e resilienti, parquet, fibre, filati e adesivi), novità non molte. Evidentemente questi prodotti non riescono a decollare nel mercato europeo, non trovano la giusta forza, la creatività che invece sembra caratterizzare il mercato nordamericano.



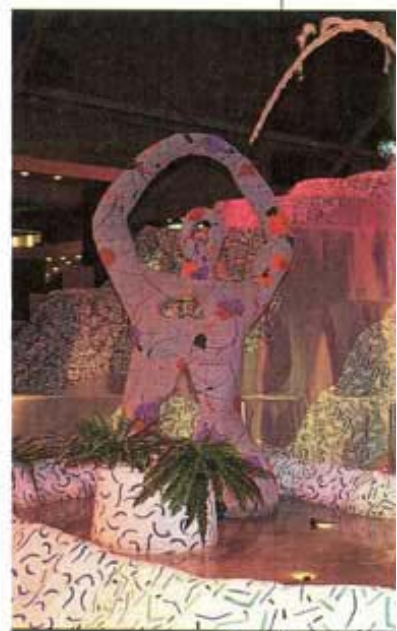
Uno stand dal design pulito e fresco per Domotex di Hannover, dove le dimostrazioni sull'uso di rasature e adesivi hanno incontrato grande interesse

Domotex ad Hannover

Rispetto ai pronostici non del tutto favorevoli, il settore dei pavimenti resilienti e tessili ha dato una buona prova di sé in occasione di Domotex, il Salone Mondiale dei Tappeti e delle Pavimentazioni che si è svolto ad Hannover, in Germania, dal 9 al 12 gennaio (per informazioni rivolgersi all'Ente Fiera, via G. Milani 12, Milano, tel. 02/70633292). Gli espositori hanno raggiunto quota 960 (una trentina dei quali italiani), mentre i visitatori sono stati 33.000, tra cui molti stranieri. L'affluenza dall'Europa dell'Est (ben mille presenze) è praticamente raddoppiata rispetto l'anno scorso, sono cresciuti del 35 per cento circa i visitatori americani (1.100 presenze) e di oltre il 10 per cento quelli asiatici (2.900 presenze). Sono invece calati sensibilmente i visitatori italiani, probabilmente per il cambio del marco a quota mille e per la vicinanza temporale con il Saie Due (vedi pagina 14).



Le tendenze? Colori chiari e tonalità soft, eleganza nelle decorazioni (di ispirazione al mondo vegetale e animale), ma anche particolare cura nella presentazione dei prodotti all'interno di stand ben disegnati. E soprattutto, grande enfasi su tutto ciò che è o sembra naturale, ecologico, per la gioia di chi propone cocco, sisal, legno e linoleum.



Sopra, uno dei quattro rivenditori di mobili e finiture che, durante la fiera Domotex, hanno aderito a "Domotex Hannover Kreativ", allestendo nel punto vendita cittadino espressioni ispirate alle pavimentazioni di stimolo a pubblico e progettisti

Collanti alla ribalta

Anche Mapei ha partecipato alla fiera con uno stand incentrato su prodotti ancora una volta ecologici. Ovvero adesivi in dispersione acquosa invece che a base di solventi. Particolare interesse hanno riscosso i prodotti complementari per la posa della moquette, dei resilienti e del legno, soprattutto i prodotti della linea "Sistemi Rapidi Mapei", come il massetto a base di MAPECEM e la rasatura NIVORAPID. Questo successo sottolinea l'esigenza da parte di progettisti e posatori di una migliore qualità della posa in opera e di un maggiore risparmio di tempo nel realizzarla.

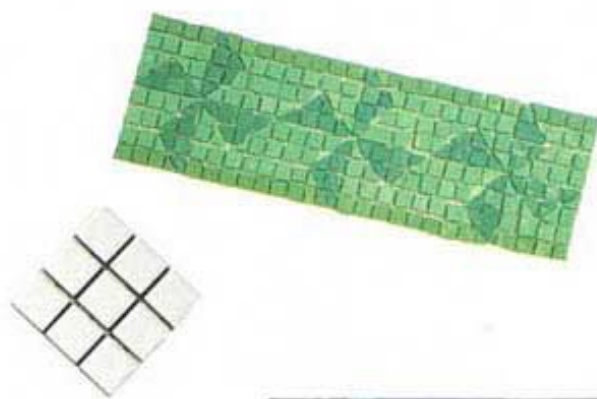
La ceramica in Spagna

902 espositori, dei quali 211 stranieri, e 30.726 visitatori con un incremento delle presenze straniere professionali del 31,1 per cento rispetto alla passata edizione. Questi i principali dati di Cevisama, la più importante fiera spagnola della ceramica, nata nel 1983 e svoltasi a Valencia. Anche se il mercato delle esportazioni è piuttosto stazionario, quello interno è invece fortemente dinamico. Mapei ha saputo cogliere quest'occasione e la sua partecipazione a Cevisama '94 si è

dimostrata ancora una volta un successo commerciale e promozionale.

Numerosissimi sono stati i clienti che hanno visitato lo stand Mapei con particolare affollamento registrato in occasione delle numerose dimostrazioni pratiche di applicazione dei prodotti, effettuate dai tecnici di Ibermapei. La fiera è stata inoltre l'occasione per rafforzare i rapporti con i produttori di ceramica spagnoli, i quali senza dubbio stanno dimostrando un crescente interesse verso le problematiche ambientali e le relative soluzioni legate alla posa. Lo stesso interesse manifestato anche dalla gran parte degli operatori del settore che, sempre di più, si stanno orientando verso l'uso di prodotti di qualità.

Durante gli ultimi due anni, Mapei, attraverso la consociata spagnola Ibermapei, è riuscita a sviluppare una capillare rete di distribuzione, garantendo in tal modo la costante disponibilità dei prodotti su tutto il mercato. In aggiunta a ciò ci sembra giusto segnalare come il marchio Mapei stia aumentando di notorietà grazie anche alla squadra ciclistica che, con Stefano Della Santa e il fuoriclasse elvetico Tony Rominger, in questo inizio di stagione ha saputo cogliere importanti vittorie in terra spagnola, fra le quali la Vuelta di Spagna.



A destra, una linea di prodotti per la posa della ceramica è ora disponibile anche sul mercato spagnolo. A Cevisama è stato presentato, oltre a GRANIRAPID adesivo rapido per piastrelle, anche il riempitivo per fughe senza efflorescenze ULTRACOLOR



RECUPERO ED EDILIZIA SPORTIVA

Investimenti pubblici nel recupero per favorire la ripresa. Questo si aspettano gli imprenditori edili che, in occasione del Saie Due di Bologna, hanno fatto un bilancio delle strategie anti-crisi. Anche l'edilizia sportiva può svolgere un ruolo di primo piano.

Chiosa la tredicesima edizione di Saie Due (il Salone dei Componenti e Finiture per l'Edilizia tenutosi a Bologna dal 23 al 27 marzo), è il momento di tracciare un consuntivo e di azzardare previsioni sui settori in cui si è articolato.

La generale crisi economica e la paralisi delle commesse pubbliche ha provocato una sensibile frenata per l'edilizia.

Pure in questo quadro di globale difficoltà, il Salone, con i suoi 1.160 espositori su un'area di 60.000 metri quadrati, ha fatto registrare segnali positivi. Incoraggiante è stato l'aumento dei visitatori stranieri (5.997 sugli oltre 126.000 complessivi) e l'aumento dell'export nell'ultimo anno. L'interesse di molti operatori è stato rivolto al settore del recupero e della manutenzione edilizia, l'unico ad aver avuto nel 1993 una lieve tendenza positiva in entrambi i comparti: quello pubblico e quello privato.

Anche se mancano stime precise, il mercato legato alla manutenzione del patrimonio edilizio appare rilevante: il 33 per cento circa della spesa dello Stato nel campo delle opere pubbliche è orientato verso la manutenzione e gli interventi sull'esistente.

Alcuni dati riferiti al bilancio statale indicano in 50mila miliardi l'anno il mercato potenziale della manutenzione, contro gli attuali 30mila circa.

Uno stand propositivo

All'interno del quadro economico generale si inserisce la strategia Mapei che quest'anno ha puntato su tre linee.

- I pavimenti e rivestimenti nei grandi ambienti come supermercati, aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane, che esigono sistemi di posa sicuri ed

estremamente veloci come quelli della linea "Sistemi Rapidi Mapei" che comprende il massetto a base di MAPECEM, la rasatura NIVORAPID, l'adesivo per ceramica e pietre naturali GRANIRAPID, il riempitivo per fughe ULTRACOLOR, l'adesivo per il legno LIGNOBOND e l'ADESILEX LCR.

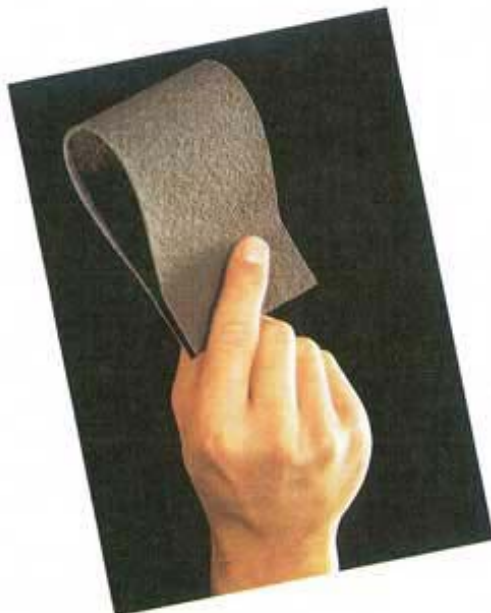
- I prodotti per il recupero delle strutture degradate, in particolare gli intonaci speciali della linea MAPEANTIQUE e il trattamento contro la pioggia ANTIPLUVIOL S.

- I prodotti per gli impianti sportivi suddivisi nel settore piscine, nel quale vengono impiegati gli impermeabilizzanti (MAPELASTIC per esempio) e gli adesivi e i sigillanti come GRANIRAPID e KERACOLOR, e nel settore piste di atletica (rasature, adesivi speciali per gomma e pvc, trattamenti per piste in cemento). Oltre agli espositori tecnici di questi prodotti, le referenze fotografiche e le dimostrazioni sull'uso dei prodotti, lo



GRANDI MAGAZZINI
"LA RINASCENTE" -
Milano

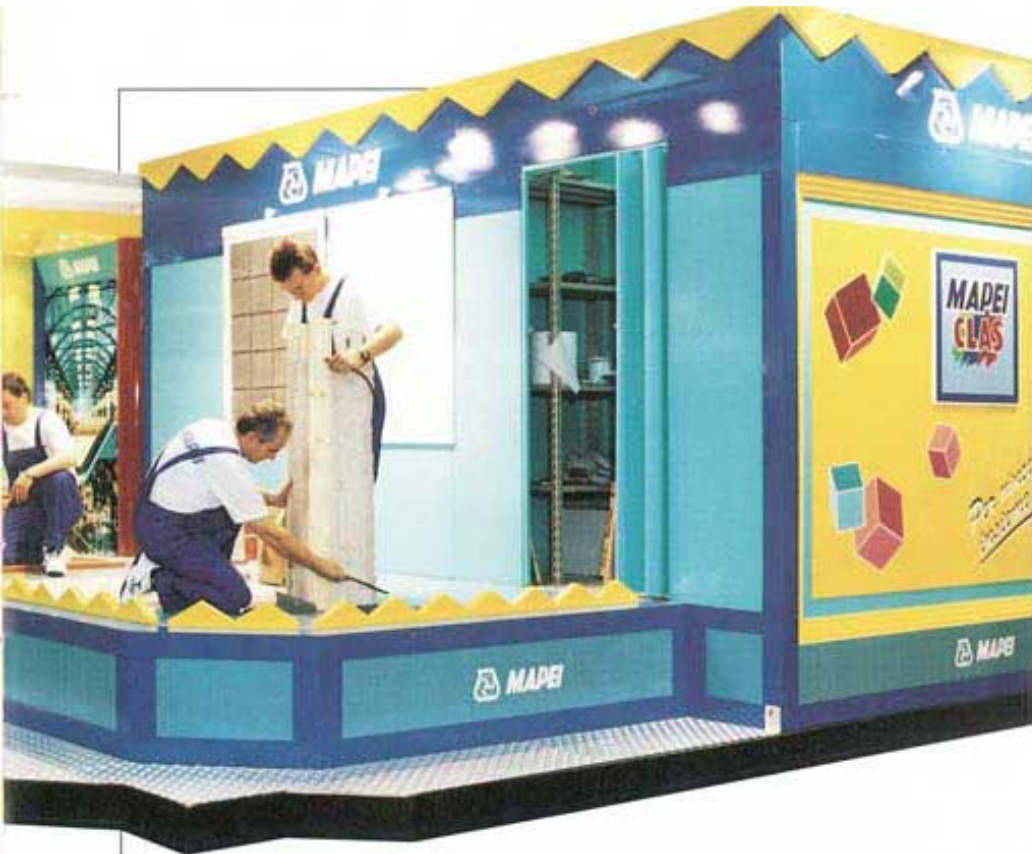
Massetto: MAPECEM
Adesivo: LIGNOBOND
Materiale: Parquet -
Listoncini cm 30x2,5x2,5



RIPRISTINO DI
CALCESTRUZZO

Supporto: Parete in
calcestruzzo degradato
Anticorrosivo: MAPEFER
Intonaco: MAPEGROUT
TISSOTROPICO
Finitura: MAPELASTIC
Pittura: ELASTOCOLOR

(Nella foto, particolare di un
campione di MAPELASTIC)



LE REFERENZE PRESENTATE A SAIE DUE '94

I diversi settori della produzione Mapei (prodotti per la posa di pavimenti e rivestimenti, prodotti chimici per la ristrutturazione) sono stati riassunti da alcuni cantieri esemplificativi presentati con gigantografie illustrate.

PADIGLIONE ITALIANO presso l'EXPO di Siviglia- SPAGNA

Rasatura: PIANOCEM
Adesivo: ADESILEX V4
Rivestimento: Pvc Esalux - Liuni

MALL OF AMERICA - CENTRO COMMERCIALE - Bloomington - USA

Massetto: MAPECEM
Lisciatura: ULTRAPLAN
Adesivo: KERABOND+ ISOLASTIC
Rivestimento: Gres porcellanato American Olean 30x30



RIPRISTINO DI VECCHIA MURATURA

Supporto: Parete di vecchi mattoni
Rinzaffo: MAPEANTIQUE MC+SALSTOP
Intonaco: MAPEANTIQUE MC
Finitura: MAPEANTIQUE FC



AEROPORTO DI SINGAPORE - Singapore

Supporto: Struttura in cemento
Membrana elastica antifessura: AQUAFLEX
Massetto: MAPECEM
Lisciatura: ULTRAPLAN
Adesivo: GRANIRAPID Grigio
Fugatura: KERAPOXY
Rivestimento: Gres porcellanato Graniti Fiandre 40x40

Nello stand Mapei al Saie Due è stato ospitato anche il ciclismo non solo per ricordare i risultati della Mapei Clas, ma anche come invito agli operatori alla ripresa del settore dell'edilizia sportiva

stand Mapei al Saie Due ha avuto l'onore di ospitare un testimonial del tutto speciale, Francesco Moser, che ha recentemente migliorato il proprio record dell'ora sulla pista di Città del Messico, ristrutturata con i prodotti Mapei (vedi Realtà Mapei n.14). Il grande ciclista è stato accolto da una folla di entusiasti fan che non hanno esitato a chiedere l'autografo. Il clou della partecipazione dell'atleta trentino sull'insolito palcoscenico è avvenuto davanti alla bicicletta, collocata su un "campione" di pista, ricostruita sullo sfondo.

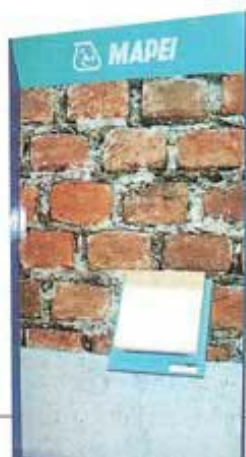


La passerella delle novità

Accanto a Mapei, nel padiglione 33 e 34 hanno esposto i migliori produttori di pavimenti e rivestimenti in ceramica, pietre naturali, tessili e resilienti (il legno era invece esposto, come di consueto, al padiglione 35). In generale gli espositori hanno espresso la loro soddisfazione per l'interesse del grande pubblico, costituito in maggioranza da progettisti, rivenditori, ed ottimismo per un mercato che trae linfa vitale dal settore del recupero.



Sopra, Francesco Moser, allo stand Mapei del Saie Due ha illustrato personalmente la sua impresa a Città del Messico ed ha fornito anche i particolari tecnici del rifacimento del manto della pista



CHIMICA E QUALITÀ DELLA VITA

È il tema della conferenza sulla chimica in Italia che ha annunciato la creazione, da parte di Federchimica, di un Centro per l'innovazione e la ricerca e la costituzione di una commissione per orientare la formazione e le risorse pubbliche

Si è svolta a Milano la 5ª Conferenza sulla Chimica in Italia dedicata a "La chimica per la qualità della vita". I lavori, basati su un ampio e articolato rapporto preparato dal Comitato Scientifico della Federazione, hanno avuto l'obiettivo di spiegare concretamente cosa può fare la cultura industriale per migliorare la vita di tutti noi. Se il 41 per cento degli italiani riconosce infatti in modo spontaneo il ruolo di rilievo dell'industria chimica nella qualità della vita, altri non la pensano così. Per dimostrare che essa offre risposte concrete ai problemi della gente vi è una sola strada: una forte innovazione e la ricerca di nuove soluzioni alle nuove esigenze. Oltre a questo, secondo il presidente di Federchimica, Benito Benedini, è necessario che l'industria comunichi maggiormente con il pubblico.

Chimica e pubblico: quale rapporto?

Una buona parte della popolazione italiana dichiara di ricevere le proprie informazioni sulla chimica da chi lavora, da familiari e amici, dal fatto di vivere vicino alle fabbriche. Con questi possibili e formidabili alleati si può fare molto per accrescere la chimica e riuscire, per esempio, a portare cultura industriale nella scuola. Naturalmente alla base della comunicazione devono esserci i fatti. Deve cioè esistere una vera e propria qualità totale che garantisca i consumatori e le comunità che vivono intorno agli stabilimenti. Proprio per questo Federchimica si impegna nel far crescere la qualità ambientale delle sue imprese che non sono solo grandi, ma per la metà sono medie e piccole.

La costruzione del nuovo

Del resto "L'industria chimica partecipa alla costruzione del nuovo", ha sottolineato Guido Venturini, Direttore Generale di Federchimica, "Il suo punto di forza è che si tratta di un'industria basata sulla scienza e che dimostra quotidianamente la propria capacità di trasformare la ricerca e le nuove scoperte in produzioni e prodotti utili all'innalzamento della qualità della vita e al progresso della società civile".

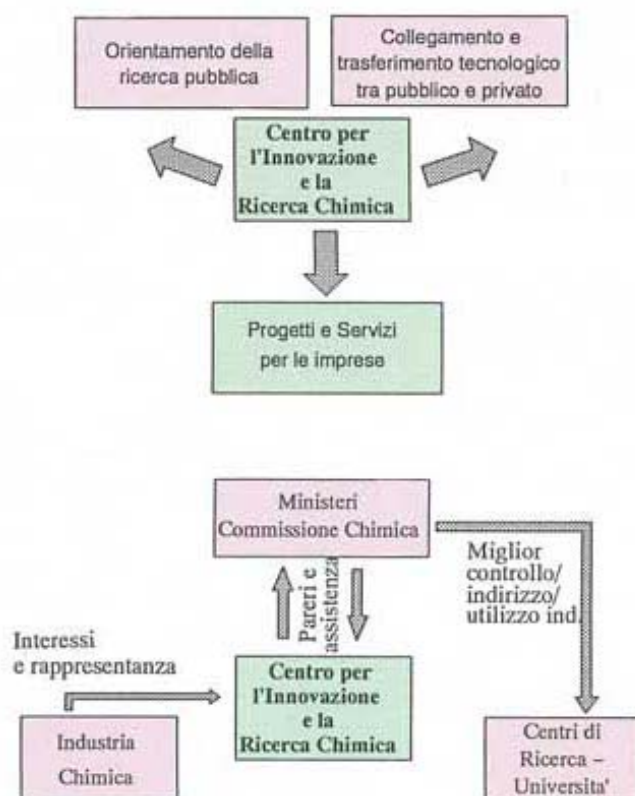
Centro per la ricerca

Un altro tema del convegno è stato il progetto di Federchimica di un "Centro per l'Innovazione e la Ricerca Chimica".

È stato infatti rilevato che in Italia, a differenza di altri paesi dove l'industria chimica è forte, manca un orientamento alle finalità industriali della ricerca pubblica (istituti di ricerca e università).

Mancano anche le strutture per il trasferimento tecnologico, dedicate cioè a sviluppare contatti e progetti comuni tra imprese e università. A ciò si aggiunge che, per la ridotta dimensione media e per la debolezza strutturale, molte imprese italiane non sviluppano un sufficiente sforzo innovativo, necessario per competere a livello internazionale.

Partendo da tali considerazioni Federchimica intende creare una struttura operativa di servizio che aggregi, sulle priorità dell'innovazione, oltre alle risorse associative, quelle di altri enti, al fine di attivare iniziative incisive, autonomamente e in accordo con i Ministeri competenti.



PER RIVESTIMENTI A CAPPOTTO

Per incollare i pannelli isolanti alle superfici esterne è necessario un adesivo specifico, dotato di eccellente adesività e compattezza, come ADESILEX FIS 13.

Il rivestimento «a cappotto» è un sistema che realizza l'isolamento esterno degli edifici grazie all'incollaggio di pannelli di polistirolo, poliuretano espanso o altri coibenti.

Per far aderire tali materiali alla facciata si può usare ADESILEX FIS 13, una resina sintetica in dispersione acquosa, modificata con inerti selezionati e resistente agli alcali.

Miscolata con cemento, forma una malta di eccellente adesività e compattezza anche sui normali intonaci.

Per l'incollaggio la malta deve essere confezionata miscelando ADESILEX FIS 13 con cemento nel rapporto 1:1 e applicata

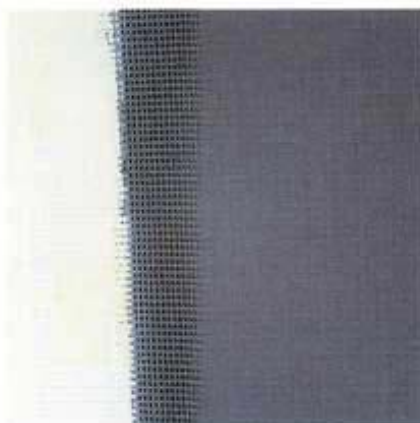
uniformemente, nello spessore adeguato, lungo tutti i bordi del pannello e per punti nella parte centrale.

Una volta asciutta (sono necessarie almeno 24 ore) si procede alla rasatura superficiale con una malta ottenuta con ADESILEX FIS 13 e cemento sempre nel rapporto 1:1. Per ottenere un adeguato irrigidimento del sistema adesivo-pannello, sulla rasatura

ancora fresca si applica la rete in fibra di vetro che viene posta in modo da sormontare le giunzioni tra i pannelli (sovrapposizione tra una rete e l'altra di 5-10 cm). Si esegue poi

un'ulteriore spalmatura di ADESILEX FIS 13 e cemento (rapporto 1:1) fino a coprire totalmente la rete e ottenere una superficie liscia.

Nel caso in cui sia prevista la finitura con intonaco plastico di colore molto chiaro, è consigliabile impastare ADESILEX FIS 13 con cemento bianco per evitare alterazioni cromatiche.



Sopra e accanto, dotata di eccellente capacità adesiva e compattezza, la resina sintetica in dispersione acquosa ADESILEX FIS 13 è usata per incollare alle pareti i pannelli isolanti e realizzare così duraturi rivestimenti "a cappotto"

A sinistra, la miscelazione di ADESILEX FIS 13 con cemento

La scheda tecnica di ADESILEX FIS 13 è contenuta nel raccoglitore numero 3 "Prodotti per l'edilizia"

PULIRE SENZA AGGREDIRE

La perfetta esecuzione della posa delle piastrelle deve prevedere anche un'accurata pulizia con un prodotto specifico che non intacchi la loro superficie. Vi proponiamo KERANET.

Come pulire le superfici esterne, anche le facciate, da macchie di cemento, calce, efflorescenze e sporco anche oleoso? Ci pensa KERANET, un prodotto a base di uno speciale acido organico che ha un'aggressività pari a quella di acidi molto più potenti (muriatico, solforico, cloridrico, ecc), ma non sviluppa vapori tossici pericolosi per la salute. Tale caratteristica rende idoneo KERANET nella pulizia dei pavimenti ceramici dai residui e dalle tracce di materiali a base di cemento usati come adesivi nella posa (per esempio KERABOND) o come sigillatura delle fughe (per esempio KERACOLOR). KERANET è

particolarmente adatto anche per la pulizia delle pavimentazioni in cotto prima del trattamento finale quando, per ottenere l'uniformità cromatica del rivestimento, si rende necessario stendere lo stucco cementizio su tutta la superficie. KERANET è disponibile concentrato in polvere per i casi più difficili oppure, per un più facile impiego, liquido in soluzione acquosa al 15 per cento. Le

modalità di applicazione sono le seguenti: prima di eseguire la pulizia con KERANET, inumidire con acqua le superfici da trattare, specie se molto assorbenti come il cotto toscano, le ceramiche

porose, il calcestruzzo e gli intonaci.

- Se KERANET è liquido si stende con uno spazzolone procedendo a fasce. Si lascia agire per cinque minuti, poi si eliminano le eventuali croste fino alla scomparsa delle macchie visibili. Con una spugna si raccoglie il liquido dal pavimento e si sciacqua abbondantemente e ripetutamente, spazzolando in tutti i sensi.

- Se KERANET è in polvere si procede nello stesso modo, ma il prodotto viene sparso «a spaglio» sul

pavimento dopo averlo bagnato a rifiuto con acqua pulita.

La scheda tecnica di KERANET è contenuta nel raccoglitore numero 1 "Prodotti per la ceramica"

I residui dei prodotti di posa o eventuali efflorescenze sulle fughe possono essere eliminate comodamente con KERANET concentrato in polvere o liquido



L'ERA DELL'INFORMAZIONE

Come tenersi aggiornati? La rivoluzione informatica viene in aiuto di progettisti e posatori, ma a volte non è sufficiente. Ecco cosa può fare l'industria che, non sempre, è da considerarsi di parte.

di Sergio Mammi

Come sosteneva J. Naisbitt nel suo celebre saggio "Megatrends" la nostra è l'era dell'informazione. Una grande rivoluzione, resa possibile dai mezzi informatici e dalla telecomunicazione, caratterizza il nostro tempo, paragonabile solo alla rivoluzione industriale del primo Novecento. Se quella tolse progressivamente all'uomo la fatica fisica nell'attività lavorativa, questa rischia di togliergli la fatica mentale. Speriamo che ciò non porti all'imbarbarimento, ma liberi nuove energie, affrancando dal quotidiano la mente per renderne possibile un migliore impiego.

Perché ciò accada è indispensabile che l'uomo venga preparato, cioè "formato" al nuovo approccio. Il sistema informativo del Paese faticosamente si muove in questo senso, ma non è ancora completamente conscio di cosa sta cambiando. Più arretrato ancora ci sembra il sistema informativo ufficiale, quello cioè che dovrebbe assicurare il flusso costante delle informazioni e dell'aggiornamento a soggetti adeguatamente preparati o "formati". La formazione infatti è quella che crea nei soggetti l'interfaccia necessaria a raccogliere e comprendere l'informazione. E' come saper leggere: la scuola prepara a questa capacità senza la quale non si possono raccogliere le notizie del giornale. Il mondo professionale è quello più direttamente e profondamente coinvolto dalla nuova rivoluzione. La maggior parte delle professioni infatti sono raccoglitori e diffusori d'informazione, spesso rielaborata. Pensiamo al progetto: attraverso gli studi universitari e la successiva pratica, l'ingegnere e l'architetto acquisiscono la formazione necessaria per progettare. Ma chi non si preoccupa di aggiornarsi, cioè di acquistare nuove informazioni, ben presto diventa non competitivo, obsoleto.

Come essere competitivi?

A chi si deve rivolgere il professionista, o l'imprenditore o l'applicatore per mantenersi competitivo, per non uscire cioè dal flusso di informazioni che lo riguardano? In quest'epoca tali informazioni sono sempre più numerose e specialistiche e richiederebbero una formazione molto più ampia di quella che le scuole o gli enti istituzionalmente preposti sono in grado di fornire. Il rischio è di diventare "tuttologi" cioè di saper fare tutto, ma malamente. La multidisciplinarietà sembra dunque la caratteristica dell'informazione e quindi delle nuove professioni. Nel Medio Evo e nel

Rinascimento erano le corporazioni che promuovevano la formazione, al di fuori di tali ambiti non c'era possibilità di esercitare un mestiere. Le nuove informazioni, e le necessità di aggiornamento, erano poche e lo sviluppo lento, non paragonabile a quello odierno. Oggi invece gli apparati istituzionali sono incapaci di sopperire alla domanda di aggiornamento presente. Ogni professionista (geometra, ingegnere, applicatore, idraulico...) è costretto a crearsi un proprio "sistema informativo".





Nella pagina accanto, i supporti di marketing alla campagna informativa di ULTRACOLOR e, a destra, alcune video-documentazioni sui prodotti Mapei

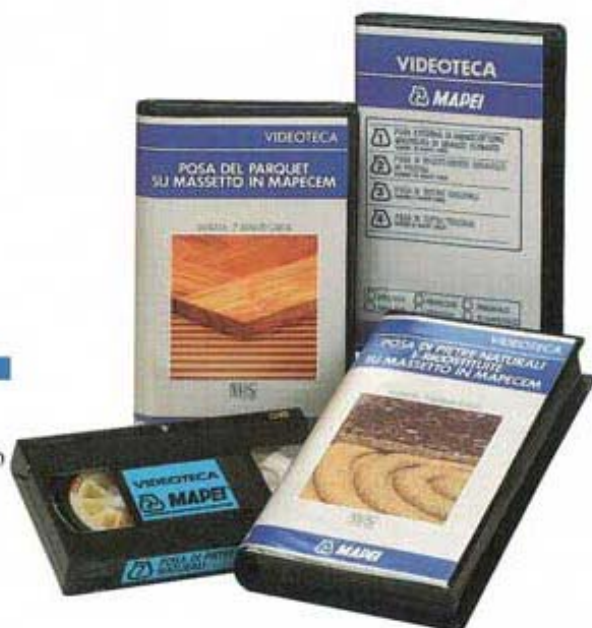
Sopra, "Information is half the battle" è un motto che suona più o meno così: "Siate informati e avrete quasi già vinto la battaglia"

In basso, un momento dei corsi per posatori di ceramica organizzati da Mapei in tutta Italia

Sistema che è oneroso per la preparazione, il mantenimento (spesso inconscio) e a volte insufficiente o dispersivo.

Un metodo francese

Un professore dell'ISM (Institut Supérieur du Marketing) di Parigi, mi spiegò anni fa quello che, a suo parere, era un ottimo sistema informativo professionale. Poiché ciascuno di noi produce informazione, o semplicemente ne viene in possesso, può redigere un elenco di persone a cui può indirizzare spontaneamente talune informazioni selezionate e d'interesse per il destinatario. Quando c'è bisogno di un'informazione basta rivolgersi a una di queste persone: saranno liete di darvi tutte le notizie necessarie. L'elenco va naturalmente realizzato con cura, avendo in mente bene le competenze che possono tornare utili in futuro. Raccogliere riviste, articoli, libri è certamente un buon sistema, ma state certi che il giorno in cui avrete bisogno di qualcosa non lo troverete e comunque mantenere aggiornato un archivio costa e impegna non poco. Le banche dati informatizzate sono adeguate per una prima "cernita" (screening)



dell'informazione, ma risultano ancora costose, incomplete e di difficile accesso. In questo panorama poco incoraggiante si inseriscono le aziende industriali e commerciali. Ciascuna possiede un proprio "archivio" (file) a cui invia cataloghi e brochure; tali informazioni sono spesso vissute con il sospetto che siano di parte.

L'industria e la formazione

Alcune aziende però attivano strumenti d'informazione più efficaci e, permettetemi di dire, più utili per il professionista: programmi d'aggiornamento continui attraverso corsi e seminari itineranti, uffici e sistemi per l'assistenza tecnica. Un buon esempio di tale sistema informativo che opera capillarmente a più livelli è quello attivato dalla Mapei. L'informazione viene distribuita attraverso Realtà Mapei. E' un primo livello necessariamente non approfondito, come il mezzo richiede.

Questo sistema stimola ad accedere ai livelli successivi: l'impresa che ha letto di problemi nell'incollaggio di pavimenti di legno su massetti alleggeriti con argilla espansa si rivolge al Servizio di Assistenza Tecnica, dal quale ottiene informazioni dettagliate e indicazioni su come approfondire il problema.

I seminari itineranti

Un livello più specializzato d'informazione riguarda i seminari itineranti. Mapei ne ha attivati di diversi tipi. Un problema sentito è oggi quello del degrado delle strutture antiche e moderne.

Attraverso la straordinaria competenza del Prof. Mario Collepari e il supporto di una documentazione tecnica completa, vengono realizzate conferenze approfondite sul tema, destinate ai progettisti e agli enti committenti pubblici e privati e, in una fase diversa, alle imprese e ai professionisti.

Nel corso del 1° semestre del 1994 di conferenze ne sono state realizzate già



10 e altrettante sono in programma entro la fine dell'anno.

Ma non ci sono soltanto i progettisti: un buon progetto non può prescindere da una buona realizzazione.

Vengono così effettuati corsi di aggiornamento per i rivenditori, che sono i naturali consulenti delle piccole imprese e degli artigiani; corsi per gli applicatori sulla posa delle ceramiche e dei pavimenti resilienti, oltre che delle attività di recupero e ripristino degli edifici in pietra e in calcestruzzo.

Corsi inseriti in attività di formazione istituzionale come le scuole per l'edilizia. Un esempio così completo di sistema informativo, anche se non spinto e di paragonabili livelli di efficacia è quello dell'Anit (Associazione Nazionale per l'Isolamento Termico e Acustico) che opera in un settore diverso attraverso una rivista, meeting itineranti e corsi di approfondimento sulle nuove normative di risparmio energetico e di comfort acustico.



SERGIO MAMMI

Si è laureato in Ingegneria Meccanica, ha lavorato in importanti aziende nel settore dell'isolamento termico e dal 1982 esercita la libera professione. E' stato segretario generale del CTI (Comitato termotecnico italiano) ed è presidente dell'ANIT, l'Associazione nazionale per l'isolamento termico e acustico, tel. 02/55193690, che svolge attività informativa e organizza seminari di studio, oltre a disporre di manuali e software applicativi.

In alto, parte della documentazione tecnica

Sopra, Pasquale Zaffaroni uno dei relatori al ciclo di convegni sul recupero degli edifici storici e moderni tenutisi, in collaborazione con gli ordini dei progettisti, in tutta Italia

ONORE AI PARTECIPANTI

Tenersi aggiornati: un impegno, ma anche uno stimolo a migliorare la propria professionalità. Questa è stata la "molla" che ha spinto posatori e professionisti di tutte le età a seguire due tipi di corsi di formazione organizzati da Mapei in tutta Italia: da un lato gli "stage" pratici, dall'altro i convegni.

Filo diretto con l'Assistenza Tecnica

Non solo telefonicamente, ogni giorno 24 ore su 24, ma anche attraverso i corsi di formazione è possibile essere aggiornati sui prodotti Mapei e la loro posa.



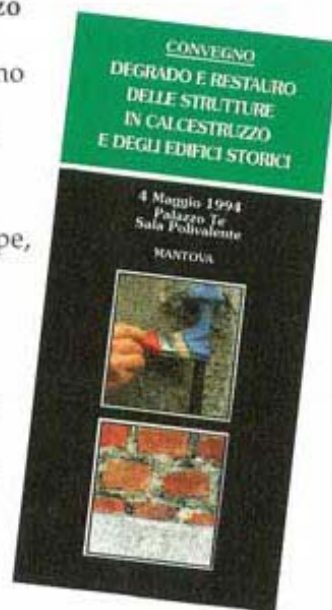
I professionisti, i posatori, i rivenditori, le imprese e gli studenti che hanno partecipato a questi appuntamenti dall'inizio dell'anno sono stati quasi quattromila. Nell'arco di soli quattro mesi, da gennaio a maggio 1994, gli incontri si sono succeduti senza sosta e lungo tutto lo "stivale": da Gravina di Puglia (Bari) ad Arzignano (Vi). I tecnici e i dimostratori dell'Assistenza Tecnica sono stati impegnati con grande entusiasmo in questa opera di divulgazione che ha riguardato i prodotti per la posa di ceramica e resilianti e i prodotti per l'edilizia.

CORSI MAPEI SULLA POSA DEI PAVIMENTI E RIVESTIMENTI (gennaio-giugno 1994)

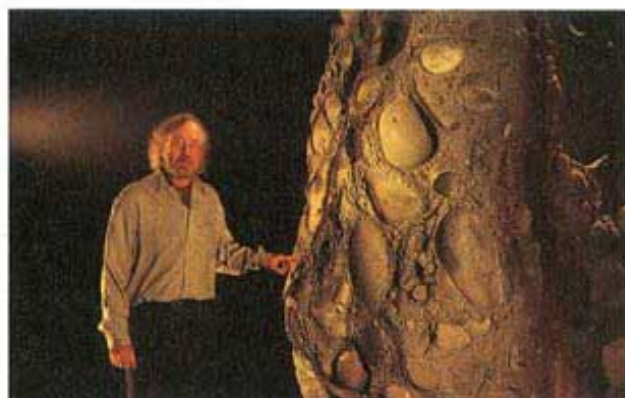
| | |
|---------------|-------------|
| IMPRESE | 230 |
| PROGETTISTI | 567 |
| POSATORI | 2972 |
| RIVENDITORI | 134 |
| STUDENTI | 71 |
| TOTALE | 3974 |

I convegni sul calcestruzzo

Nello stesso periodo si sono svolti anche i convegni (con oltre 1000 progettisti intervenuti) che, grazie al professor Mario Collepari e alla sua equipe, hanno tenuto vivo l'interesse per i prodotti per il calcestruzzo e le problematiche relative al recupero dei manufatti degradati. In tutto 10 appuntamenti, da Varese a Napoli e da Cremona ad Ascoli Piceno.



Il professor Collepari durante un intervento nel corso di un convegno sul calcestruzzo



CONVEGNI MAPEI SUL CALCESTRUZZO (gennaio-giugno 1994)

| | | |
|---------------|---|-------------|
| GEOMETRI | } | 1386 |
| ARCHITETTI | | |
| INGEGNERI | | |
| IMPRESE | | 80 |
| STUDENTI | | 120 |
| TOTALE | | 1586 |

RECENSIONI

RASSEGNA INTERNAZIONALE

GB Progetti (tel. 02/66802114), nello speciale Osservatorio Internazionale, allegato al numero 21 del novembre 1993,



descrive interessanti realizzazioni da tutto il mondo, suddivise per tipologie (biblioteche, spazi commerciali...). Nella sezione Rivestimenti protettivi descrive le caratteristiche di MAPELASTIC, malta cementizia per impermeabilizzare superfici in calcestruzzo.

ANCORA LUI

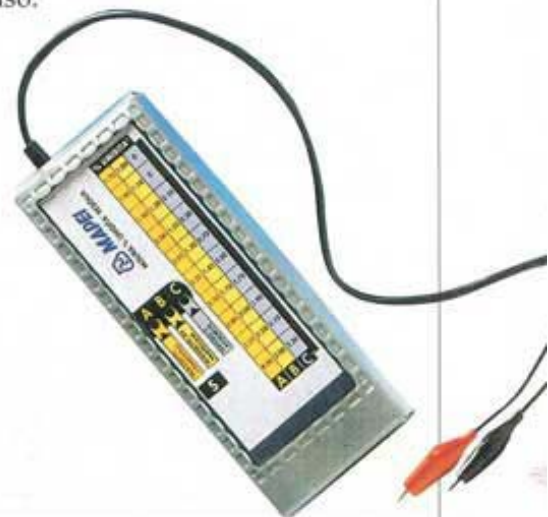
ULTRACOLOR e la sua presentazione al pubblico del Cersaie è il soggetto di una recensione anche all'interno di Presenza Tecnica (tel. 051/6053050) di gennaio/febbraio 1994.



UMIDITA' CALCOLATA

Costruire Cantiere (tel. 02/76020601), numero 26 del marzo 1994, dedica un articolo agli igrometri. Elettronici o a carburo di calcio, stanno conoscendo un autentico boom, con risultati più che positivi su legno, calcestruzzo, marmo, intonaci e pietre naturali.

Nella rassegna della produzione si parla anche dell'Igrometro elettronico Mapei e se ne descrivono le semplici modalità d'uso.



DI GRANDE SPESSORE

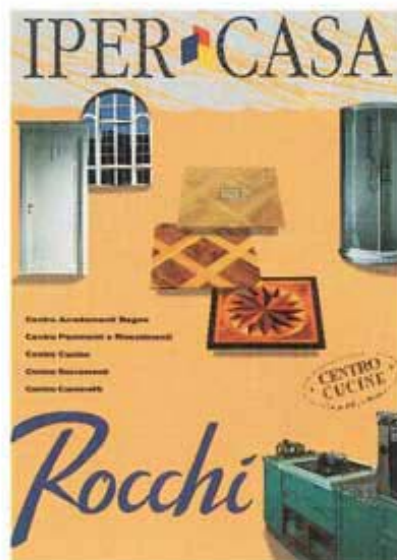
Sols, murs, plafonds, il giornale delle finiture e dei rivestimenti edito da Le Moniteur (tel. 0033/1/40133030), nel numero 15 di aprile 1994, dedica un esauriente articolo alla posa delle piastrelle di grande formato.

Tra i prodotti, cita l'adesivo in polvere per pavimenti interni ed esterni KERAFLOOR.



QUANDO LA CASA E' IPER

L'arredamento di un ambiente, sia esso bagno, cucina o soggiorno, non può essere un processo standardizzato, ma è frutto del dialogo tra chi abita e chi ristruttura. Questa è la filosofia di Rocchi, una serie di ipermercati della casa (dalle finestre ai pavimenti) distribuiti su tutto il territorio nazionale e con un proprio house-organ che qui recensiamo. Per adesivi e collanti, naturalmente, Rocchi si affida a Mapei. Per informazioni rivolgersi alla sede di Cesena, tel. 0547/302152.



GIRO D'ITALIA '94

La redazione de La Gazzetta dello Sport ha preparato per i suoi lettori un vero e proprio libro sul Giro d'Italia '94: 160 pagine, 200 splendide foto a colori che immortalano i momenti più appassionanti della più importante corsa ciclistica italiana.

La cronaca tappa per tappa del Giro, un intero capitolo ricco di foto sulla Pedalata Rosa, le notizie e i particolari più curiosi raccolti "Dietro le quinte", il racconto in diretta del Giro fatto dal vincitore e dalle firme più prestigiose della Gazzetta dello Sport.

Con la partecipazione di:



NON RISCHIATE DI PERDERLO, RICHIEDETELO SUBITO

Per maggiori informazioni e prenotazioni rivolgersi a:

La Gazzetta dello Sport - Libro Giro d'Italia '94 - Casella Postale n. 10604 - 20124 Milano

CINQUANT'ANNI DI CICLISMO

Undici anni di professionismo, poi una brutta caduta lo costringe a passare dall'altra parte della barricata e diventa direttore sportivo. Oggi Valdemaro Bartolozzi, 67 anni, è «team manager» di Mapei Clas insieme allo spagnolo Juan Fernández.

Le sue regole: la scelta del calendario è decisiva per i corridori, lottare con tutte le forze per raggiungere lo scopo, non sprecare energie in vista del colpo finale, valorizzare gli uomini di rincalzo e i giovani. Bonario e comunicativo, Valdemaro Bartolozzi è in realtà un organizzatore inflessibile e implacabile. Già da corridore era un mago nell'amalgamare la squadra. Poi dall'ammiraglia ha diretto fior di campioni: Bitossi, Moser, Argentin, Chioccioli e Visentini.

La sua galleria dei ricordi è inesauribile, ma mai quanto l'impegno che mette nella conduzione di Mapei Clas, un gruppo sportivo internazionale con ambizioni di salire sul podio delle migliori squadre di questa stagione.

Quali sono state le più importanti tappe della sua vita?

Ho iniziato come tutti i ragazzi che fanno sport per hobby e poi si accorgono che c'è qualcosa d'altro.

Sono stato professionista per undici anni: cinque all'Atala, tre alla Legnano e tre alla Ignis. Sono stato un corridore fedele, nel senso che non ho cambiato molte squadre. Il mio ruolo è sempre stato quello di legare la squadra in corsa. L'attitudine a organizzare il lavoro di gruppo per il massimo rendimento mi ha fatto passare da corridore a direttore sportivo, quasi senza accorgermene.

Come prima cosa ho fatto il vice di Proietti, un grande maestro da cui imparare. A 37 anni ho iniziato a far da solo con la Filotex che schierava un Bitossi agli esordi. Poi è stata la volta di Moser, un campione che, con il suo carattere, si è guadagnato la stima di tutti.

Poi c'è stata la lunga avventura con la Gis e quindi con la Jolly...

Alla Gis ho avuto Giovannetti, Van der Velde, Chioccioli, Baffi. Che squadra era quella! Non c'era il grosso leader da assecondare, mettemmo quindi a punto



Il Tour de France 1959: in sella Bartolozzi e Louison Bobet

un sistema diverso: tutti avevano il compito di vincere, secondo la filosofia di un ciclismo più moderno. In questo caso la capacità del tecnico stava nel far convivere tanti uomini di punta, portandoli a crescere molto gradualmente. Una situazione molto simile a quella della Mapei Clas.

Dalla due ruote di quando correva, all'ammiraglia e l'aereo, i suoi mezzi di trasporto di oggi. Cosa è cambiato nel mondo del ciclismo?

Ho vissuto il tempo in cui il ciclismo era lo sport della fatica, degli uomini forti come Coppi o Moser. Oggi, pur rimanendo intatto lo spirito delle due ruote, si è passati alla velocità. A ritmi di gara davvero forsennati.

Direttore sportivo. Una responsabilità enorme, come la affronta?

Con grande entusiasmo, anche perché il mio rapporto con il direttivo Mapei è ottimo. Gestire una squadra è un po' come

gestire un'azienda: bisogna lavorare di più e sempre meglio.

Anche se i rapporti con lo sponsor sono amichevoli, il mio problema principale è di tipo professionale.

Far girare la squadra come un orologio. E poi ci sono i contatti con l'altro direttore sportivo e con i collaboratori. Insomma, un vero e proprio...tour de force. Sono un po' come il coordinatore di tutti i servizi.



Il Giro di Lombardia 1956: Bartolozzi, Coppi e il massaggiatore Giannetto Cimurri



Giro del Mediterraneo 1952: al centro Bartolozzi vincitore e da sinistra, il d. s. Alfredo Sivocci e Giannetto Cimurri



Bartolozzi con il giovanissimo Francesco Moser

Come scegliete la partecipazione di un atleta a una corsa?

L'aspetto sportivo va attentamente bilanciato con quello strategico, anche dal punto di vista commerciale. E ci vuole bravura anche in questo...La Milano Sanremo, per esempio, è una gara piuttosto importante e vincerla è prestigioso. Ma dopo due giorni cade nel dimenticatoio. Invece i 22 giorni del Giro sono una suspense continua. E lì bisogna giocare con astuzia gli atleti che, sotto i riflettori, sono anche coloro che tengono alto il marchio Mapei Clas.

Alla presentazione ufficiale, Giorgio Squinzi ha chiesto alla squadra una vittoria per ciascun corridore.

Come stiamo a risultati?

Sono più che buoni, sia in Francia che in Spagna. La squadra sta girando bene. L'unico rammarico? In Belgio abbiamo perso una grossa occasione, la vittoria piena di Ballerini che non è certo stato aiutato dalla fortuna.

E' difficile gestire una squadra internazionale, con 29 corridori che vengono da tanti paesi e corrono sulle strade di tutto il mondo?

E' necessario, come dicevo prima, conciliare gli interessi di calendario con quelli commerciali, correre

contemporaneamente in diverse parti del mondo...Un lavoro in continuo movimento. Pensi che ora (maggio ndr) stiamo lavorando su tre fronti: Fabrizio Fabbri è impegnato in America al Tour Du Pont, Juan Fernández e Jesús Suárez Cueva in Spagna alla Vuelta ed io in Svizzera, al Tour de Romandie, in attesa di

partire per l'Italia per il Giro di Toscana. Ma non ci sono problemi, né imprevisti: la squadra è stata costruita molto prima delle gare soprattutto in funzione dell'armonia e dell'internazionalizzazione. Anche prima di incorporare la Clas sono state fatte le debite considerazioni e la fusione ha avuto successo anche perché l'analisi è stata precisa. Juan Fernández, poi, è un professionista capace e serio e questo facilita ancor più le cose.

Le gare in linea lasciano ora il posto alle grandi corse a tappe. Qual è la situazione di Mapei Clas?

La distribuzione degli uomini è stata ottima: Tony Rominger è in buonissime condizioni, così come Della Santa e

Giovannetti. Il primo (dopo il suo fantastico risultato alla Vuelta) sarà impegnato nel Tour e ha le carte in regola per impensierire e addirittura battere Indurain. Gli altri due protagonisti di Mapei Clas possono invece dare ottimi risultati al Giro. Ballerini, dal canto suo, ha svolto egregiamente il lavoro che gli avevamo affidato sulle strade del Belgio.

Com'è la sua giornata tipo?

Sono un lavoratore instancabile. Non ho orari, se non quello continuato dalle 7 alle 7 e spesso anche oltre. Sempre in viaggio, getto le basi del programma e traccio gli appunti strategici quando sono in aereo o arrivo in albergo. Poi li metto a punto. Il segreto sta nel giocare d'anticipo, mesi e mesi prima dell'appuntamento con la gara.

Nessun problema, nel passato e oggi, con le primedonne delle due ruote?



Franco Ballerini si consulta con Valdemaro Bartolozzi prima di affrontare la Parigi-Roubaix, contando sulla sua lunga esperienza come direttore sportivo nelle corse del Belgio

Può sembrare incredibile, ma nella mia lunga esperienza, ho sempre avuto a che fare con dei professionisti. Non parlo solo di Moser, un leader sempre in prima fila, ma rispettoso delle regole. Mi riferisco a Rominger, anche se, come tutti, ha le sue particolarità. Parlo comunque di corridori che sono «trascinatori della squadra». Quando mancano personaggi di questo calibro diventa più difficile far stare tutti in riga.

Disciplina al primo posto. Ma quali sono stati i momenti più «umani» della sua lunga carriera come professionista, poi come direttore sportivo e ora come manager di Mapei Clas?

Negli undici anni di ciclismo professionistico l'incontro più intenso,



Bartolozzi con due delle punte della Mapei Clas, Giovannetti e Ballerini (Foto fornita da Bicisport)



Valdemaro Bartolozzi insieme a Giorgio Squinzi ed Ernesto Colnago fanno il punto sull'attrezzatura tecnica della squadra



Sotto, Bartolozzi con Fabrizio Fabbri, direttore sportivo



Strategia di giornata? Valdemaro Bartolozzi con Della Santa e Giovannetti alla Tirreno Adriatico

soprattutto dal punto di vista dell'amicizia, è stato quello con Ercole Baldini alla Legnano. Situazioni liete, davvero memorabili, le ho vissute anche quando seguivo Moser, Bitossi e Argentin. Oggi mi faccio carico di una responsabilità molto grande, una responsabilità che divido in perfetta armonia con il dottor Squinzi e l'intero gruppo di Mapei Clas.

IN VOLATA A DENTI STRETTI

Anche una sconfitta può dare notorietà.

Franco Ballerini, eterno secondo, ne sa qualcosa. Vediamo in questa intervista come il ciclista toscano sfiderà la sfortuna per finire in bellezza la stagione.

Ha iniziato a correre in bici quando aveva nove anni, nel 1986 è diventato professionista e dal 1993 fa parte del team internazionale Mapei Clas. Grande protagonista delle classiche del Nord (vedi pagine seguenti), Franco Ballerini, 29 anni, ha fino ad ora combattuto contro avversari agguerriti, ma soprattutto contro la "dea bendata". Sentiamo cosa ne pensa.

Si ritiene un corridore sfortunato?

Un po' di sfortuna va bene, ma quando, come è accaduto nella Parigi-Roubaix, si è vittima di tre cadute e cinque forature si passa ogni limite. Con "sole" quattro forature sarei stato in grado di aggiudicarmi la vittoria.

Vincere non è facile, ma perdere per 3 centimetri, dopo aver fatto 200 chilometri, è altrettanto difficile da accettare.

Come intende giocare la sua partita con la "dea bendata"?

Sto seguendo un allenamento specifico per migliorarmi in volata e affrontare in piena forma i Mondiali. Quest'anno sono però impegnato anche nella Coppa del Mondo: molte delle corse che la compongono si adattano alle mie caratteristiche e vedrò di sfruttarle al meglio.

La vedremo quindi in sella in Sicilia e in chiusura di stagione al Giro di Lombardia?

Agosto sarà un mese cruciale. Le gare nelle quali intendo dare il massimo sono San Sebastian in Spagna, la Leeds International Classic in Inghilterra, poi l'appuntamento di Zurigo e, naturalmente, il Giro di Lombardia che in ottobre chiude la stagione. Sono sicuro che, in queste occasioni, riuscirò a sfatare il luogo comune dell'eterno secondo.

E' cambiato il modo di allenarsi da quando è diventato professionista a oggi?

Sì, è molto più scientifico e basato sull'uso del frequenzimetro che ti dice quali carichi di lavoro puoi sopportare in base al battito cardiaco. Aiuta soprattutto a distribuire le forze e avere più birra in finale di corsa.

E l'incontro con il Dottor Squinzi e Mapei Clas?

Anche se sono passati solo pochi mesi sono davvero soddisfatto. Anzi, da questo punto di vista, mi considero davvero...fortunato.



APPUNTAMENTO CON IL GRANDE NORD

Sfiora più volte il successo Ballerini, dominatore senza fortuna della Roubaix. Il caparbio corridore ha perso d'un soffio la Gand-Wevelgem e ha lottato alla pari con i massimi protagonisti del Giro delle Fiandre.

Due settimane d'inferno. Alle "classiche del Nord" Franco Ballerini, corridore di punta di Mapei-Clas, non ha certo avuto dalla sua parte la fortuna.

Nonostante le avversità e il tempo davvero impietoso, Ballerini ha affrontato le prove con grande impegno e bravura: il 3 aprile era al Giro delle Fiandre, il 6 aprile alla Gand-Wevelgem, il 10 aprile alla Parigi-Roubaix.

Il 17 aprile è stata la volta della Liegi-Bastogne-Liegi, nella quale Mapei Clas puntava su Tony Rominger che, purtroppo, ha rotto la ruota a cinque chilometri dal traguardo.

Ripercorriamo le fasi salienti delle gare attraverso gli inviati del mensile Bicisport che hanno seguito passo a passo la carovana dei corridori su quei muri, tra quelle pietre, sotto quel cielo di piombo avaro di luce e calore.

GIRO DELLE FIANDRE



La cronaca. Una condizione eccezionale e una grandissima combattività non hanno purtroppo permesso a Franco Ballerini, detto il "Ballero", di cogliere la meritata vittoria.

E' giunto al traguardo ottimo quarto, chiuso in volata da tre corridori più veloci di lui: Bugno, Museeuw e Tchmil.

Il commento. Un gran finale a quattro durante il quale Ballerini cerca di anticipare la volata, ma invano.

GAND-WEVELGEM

La cronaca. Sempre in testa sui muri, sempre presente nelle azioni decisive. Ma beffato sul traguardo. Franco Ballerini perde la Gand-Wevelgem per dieci centimetri e si classifica secondo.

Il commento. Ancora pavè fiammingo, Ballerini è sempre al comando. Ed ecco la volata: parte Peeters, molto lungo. Risponde Ballerini, molto duro. Franco rimonta faticosamente metro su metro, ma sulla linea del traguardo gli mancano dieci centimetri per agguantare il belga.

Seconda sconfitta sul filo di lana, seconda grande classica al vento.



PARIGI-ROUBAIX

La cronaca. Un grandissimo Ballerini (giunto terzo), viaggia con la leggerezza di un airone in volo, nonostante lo sconcio pavé, la mota, la pioggia e anche la neve.

Purtroppo è vittima di un'incredibile sfortuna: tre cadute e cinque forature.

La penultima con due minuti d'attesa prima di ricevere la ruota. «E' stato davvero troppo - commenta - continuavo a inseguire, rientrare, forare e via di seguito».

Nonostante questo è terzo al traguardo.

Il commento. Con la "classica del Nord" rivivono le ruvide leggende d'una storia popolare. La gara, che da 98 anni si svolge la seconda domenica di aprile, è l'esaltazione della fatica e dà l'immagine di tutto ciò che il ciclismo rappresenta e lo contraddistingue da altre discipline.

Franco Ballerini è uno dei pochi corridori a usare una bici normale.

Quasi tutti gli altri hanno fatto montare dai loro meccanici una forcella ammortizzata, mentre molti hanno addirittura l'ammortizzatore inserito nel carro posteriore.

Colnago ha invece scelto di restare fedele al suo carbonio e di modificare, allungandole, le misure del carro posteriore e della forcella per smorzare meglio le vibrazioni.



LIEGI-BASTOGNE-LIEGI

La cronaca. In questa gara, una specie di "mondiale di primavera" nel quale sfila una parata di stelle del ciclismo, Mapei Clas punta su Tony Rominger, appena insignito della vittoria del Giro dei Paesi Baschi. Purtroppo agli ultimi cinque chilometri della corsa belga, lo svizzero rompe irrimediabilmente la ruota posteriore.

Il commento. La Redoute è spettacolo, simbolo e anima della corsa. E' a soli trentasette chilometri dall'arrivo, ripidissima, e chi scollina in testa può planare verso l'ultimo chilometro e giocarsi la vittoria. In testa c'è Rominger che prova a scattare.

Ma su di lui si porta subito quel piccolo diavolo di Berzin (vincitore della corsa). Poi allunga leggermente Della Santa (arrivato quinto). Altra fase saliente della gara è il passaggio sul ponte della Mosa, è lì che Rominger (classificato sesto) rompe la ruota e dà l'addio alla vittoria.



QASI MARINE

Bagnini, maestri di fantasia. D'estate vigilano sulla sicurezza dei bagnanti e, durante i mesi invernali, sono responsabili della manutenzione delle attrezzature balneari. A volte anche del loro "maquillage" con rivestimenti ceramici.

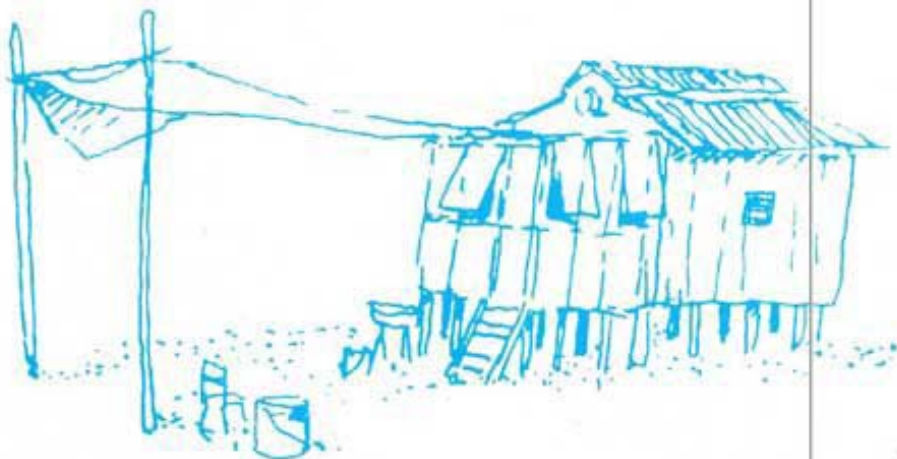
di Paolo Giglio e Maurizio Costanzi

Alcuni bagnini, naturalmente in servizio sulle spiagge di Rimini, sono stati protagonisti di un intelligente "maquillage" delle cabine, manufatti continuamente sottoposti all'aggressione della salsedine (cloruro di calcio e cloruro di sodio).

Le cabine, nel caso specifico prefabbricati di calcestruzzo, ogni anno, richiedevano onerosi lavori di manutenzione: a volte la rimozione dell'intonaco ammalorato, a volte il suo parziale ripristino.

Come risolvere il problema in maniera definitiva?

Rivestendole con la ceramica. Si è dato quindi libero sfogo alla creatività dei bagnini che, armati di cazzuola, hanno posato le piastrelle in diagonale, hanno



creato fasce di colore orizzontali, animando qua e là la composizione con greche e con diversi formati. La fuga è stata lasciata larga e riempita di sigillante colorato. Per la posa del rivestimento ceramico su supporto in calcestruzzo è stato impiegato KERABOND miscelato con ISOLASTIC, mentre per la sigillatura delle fughe è stato utilizzato KERACOLOR a grana grossa, miscelato con FUGOLASTIC. Le cabine adibite a servizi e docce sono state rivestite anche all'interno, avendo cura di sigillare la fuga tra una piastrella e l'altra con KERAPOXY, resina epossidica impermeabile, adatta dal punto di vista igienico e perfetta per facilitare la pulizia.



Design balneare in un disegno dell'architetto Ugo La Pietra e nell'intervento di "maquillage" di alcune cabine di Rimini eseguito con prodotti Mapei per la posa di piastrelle ceramiche

L'ASSISTENZA TECNICA RISPONDE

Questa pagina è dedicata ai lettori che vogliono scriverci per avere maggiori informazioni sugli articoli pubblicati oppure per segnalare notizie, avvenimenti e suggerimenti legati al mondo della chimica per l'edilizia. E' anche disponibile per coloro che vogliono sottoporre alla nostra Assistenza Tecnica i più diversi quesiti. Vi invitiamo a scrivere a: Redazione Realtà Mapei, via Cafiero 22, 20158 Milano.

LAPIDEI SENZA SEGRETI

Sono progettista e Direttore dei Lavori della nuova sede municipale di Montecalvo Irpino (Av) e, al momento, di un'edicola funeraria, opere per le quali ho previsto diffusi rivestimenti esterni in marmo, pietre e/o graniti anche di notevole spessore.

Gradirei ricevere della documentazione e dei consigli di utilizzo e posa dei collanti Mapei soprattutto per rivestimenti con lastre di medio e grande spessore, per altezze considerevoli e in sostituzione di ancoraggi metallici.

Arch. Acrisio Marra, Montecalvo Irpino (Av)

Dopo anni di esperienza possiamo affermare che la posa delle pietre naturali richiede, in genere, l'impiego di adesivi cementizi a presa e asciugamento rapidi.

La maggior parte di questi materiali, se messa a contatto con l'umidità (per esempio letto di malta o adesivo cementizio normale), può infatti essere sottoposta a deformazioni tanto più marcate quanto più sottile è lo spessore della pietra.

Ne deriva che, per realizzare un ancoraggio adeguato, è necessario un adesivo (per esempio GRANIRAPID) che abbia come principale caratteristica quella di bloccare il materiale già dopo tre ore dalla posa ed essere perfettamente asciutto dopo sole ventiquattr'ore.

La informiamo inoltre che questa proprietà di GRANIRAPID elimina qualsiasi efflorescenza o macchia anche sui materiali come il bianco di Carrara, soggetti ad alterazioni cromatiche quando sono a contatto con l'umidità del letto di posa.

Esistono infine pietre naturali che manifestano sensibili movimenti in brevissimi tempi dopo la loro messa in opera su supporto umido, come per esempio, il Verde Alpi, il Rosso Levante...Pertanto per la posa di tali materiali lapidei rimane un'unica possibilità, quella di utilizzare un adesivo senz'acqua di tipo poliuretano come KERALASTIC.

Gli adesivi sopracitati possono essere utilizzati indistintamente per la posa delle pietre naturali a pavimento e a rivestimento, all'interno e all'esterno. In alcuni casi non possono però sostituire gli ancoraggi meccanici: questo va valutato in relazione al formato delle lastre e al tipo di supporto al quale vanno applicate.

Andrea Aliverti

BEN OLTRE IL SEMPLICE CEMENTO

L'ULTRACOLOR, di cui ho appreso l'esistenza solo all'ultima edizione di Cersaie, è un prodotto per fughe a base di cemento oppure offre prestazioni particolari?

Arch. Francesco Uttini, Salerno

ULTRACOLOR è un prodotto per fugature assolutamente innovativo.

Prima di tutto elimina (quasi completamente) il fenomeno dovuto alla formazione superficiale di salnitro, un inconveniente dovuto a molteplici fattori, quali umidità residua presente nel sottofondo o la pulizia con troppa acqua.

Essendo un prodotto ad asciugamento rapido, pur mantenendo un buon livello di lavorabilità, ha una struttura tale che i vasi capillari del conglomerato cementizio sono molto radi e impediscono in modo sensibile la risalita di umidità.

Per contro presenta anche un imbibimento superficiale durante la fase di pulizia con acqua.

Tale fattore è importante anche per erigere una barriera contro il viraggio di colore specialmente se ULTRACOLOR viene utilizzato all'esterno e rimane esposto ai raggi UV.

Altra considerazione importante riguarda la sezione della fuga da sigillare che può variare dai 2 ai 20 mm senza che questa sia soggetta a fessurazioni o cedimenti e con un'elevata tenacità di adesione che dura nel tempo.

ULTRACOLOR è infine un prodotto "veloce", permette cioè il transito, anche con carichi pesanti, dopo poche ore dalla stesura.

Fa infatti parte dei SISTEMI RAPIDI MAPEI che comprendono MAPECEM da usare per i sottofondi e GRANIRAPID per la posa della ceramica e delle pietre naturali.

Paolo Giglio

SALONE INTERNAZIONALE DELLA CERAMICA PER EDILIZIA E DELL'ARREDOBAGNO

CERSAIE

BOLOGNA
27 Settembre - 2 Ottobre 1994

Ceramica ed Arredobagno. Il mondo per ambiente.

- ▷ PIASTRELLE DI CERAMICA
- ▷ APPARECCHIATURE
IGIENICO-SANITARIE
- ▷ ARREDAMENTI
PER AMBIENTE BAGNO
- ▷ ARREDOCERAMICA,
CAMINETTI
- ▷ ATTREZZATURE E MATERIALI
PER LA POSA E L'ESPOSIZIONE
DI PRODOTTI CERAMICI
- ▷ MATERIE PRIME,
SEMILAVORATI, ATTREZZATURE
PER PRODOTTI CERAMICI
- ▷ APPARECCHIATURE
PER PROVE E CONTROLLI

CERSAIE

Promosso da ASSOPIASTRELLE
(Associazione nazionale dei produttori di
piastrelle di ceramica e di materiali refrattari)
in collaborazione con



Organizzato da EDI.CER. spa
In collaborazione con PROMOS srl