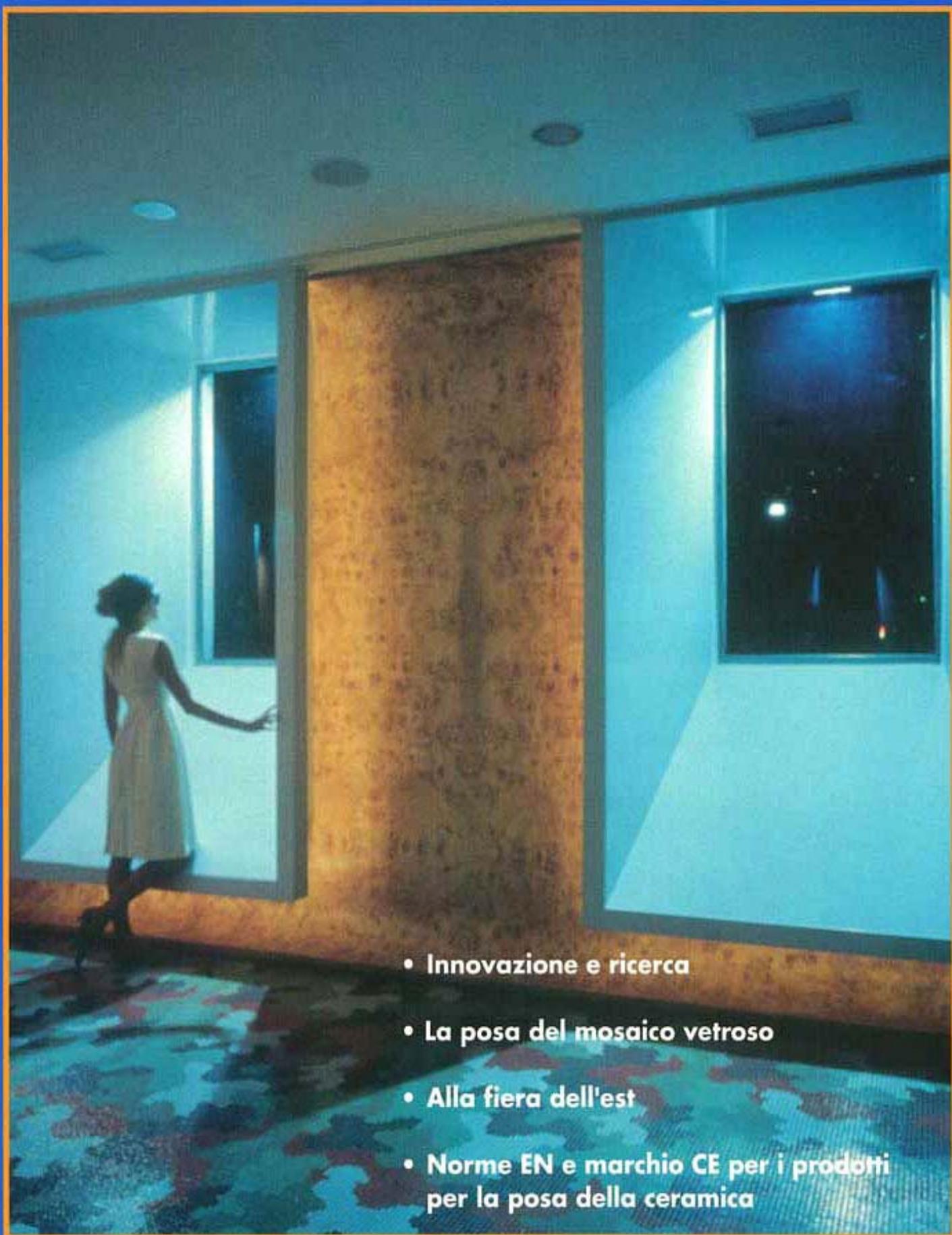


REALTÀ MADEI

Bimestrale di attualità, tecnica e cultura



- Innovazione e ricerca
- La posa del mosaico vetroso
- Alla fiera dell'est
- Norme EN e marchio CE per i prodotti per la posa della ceramica

All'interno di Realtà Mapei trovate – come è ormai nostra tradizione – la scheda magnetica che permetterà l'ingresso gratuito (e soprattutto senza code) alla prossima edizione di Cersaie, in programma a Bologna dal 30 settembre al 5 ottobre prossimi. Vi invitiamo a visitare numerosi lo stand Mapei (area esterna 45, stand 18).



Su **REALTÀ MAPEI** di novembre sarà pubblicato un articolo approfondito su Cersaie e i prodotti presentati da Mapei in questa occasione.

RIVISTA BIMESTRALE
Anno 13 - numero 60 - luglio 2003

DIRETTORE RESPONSABILE
Adriana Spazzoli

SEGRETERIA DI REDAZIONE
Carla Fini

REDAZIONE
Anna Calcaterra, Claudia Filippazzo,
Alberto Mazzuca, Federica Tomasi.

RICERCA FOTOGRAFICA
Davide Acampora

COORDINAMENTO TECNICO
Luigi Coppola

PROGETTO GRAFICO - IMPAGINAZIONE
Magazine - Milano

DIREZIONE E REDAZIONE
Via Cafiero, 22 - 20158 Milano
tel. 02-37673.1 - fax 02-37673.214
www.mapei.com - E-mail: mapei@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: Davide Acampora, Alessandro
Brambilla, Diana Chiodi, Anselmo Marchi,
Mario Sanvito, Aldo Sassi.*

*Foto grande di copertina: Nello Spazio
Bisazza, uno showroom progettato per
ospitare anche iniziative culturali, il
mosaico vetroso è protagonista
assoluto, creando insoliti giochi di luce e
raffinate decorazioni cromatiche
(articolo a pagina 22).*

FOTOLITO: Overscan - Milano

STAMPA: Arti Grafiche Beta - Cologno
Monzese (MI)

Tiratura di questo numero:
110.000 copie

Distribuzione in abbonamento postale
in Italia: 96.000 copie
all'estero: 7.000 copie

Tutela della riservatezza dei dati personali

Il trattamento dei dati personali dei destinatari di *Realtà Mapei* è svolto nel rispetto della Legge 675/96 sulla tutela della privacy.

In qualsiasi momento è possibile richiedere la modifica, l'aggiornamento o la cancellazione di tali dati, scrivendo a: Mapei - Ufficio Marketing - Via Cafiero, 22 - 20158 Milano
Fax 02/37673214 - E-mail: mapei@mapei.it

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

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



Questo periodico è associato
all'Unione Stampa Periodica Italiana

ATTUALITA'

L'innovazione nel motore Mapei	pag. 2
Premio Innovazione 2003	pag. 3

FIERE

Alla fiera dell'est	pag. 4
---------------------	--------

PRODOTTI IN EVIDENZA

Dynamon System	pag. 10
Prodotti Mapei per la posa del mosaico vetroso	pag. 21

REFERENZE

Central Bank of Nigeria	pag. 12
Southpoint Mall	pag. 16
Un mondo di luce	pag. 22

IL PARERE DELL'ESPERTO

Tendenza: una posa di attualità	pag. 26
Il processo di qualità per la realizzazione dei rivestimenti ceramici	pag. 29

FORMAZIONE

Il marchio di conformità CE	pag. 28
-----------------------------	---------

L'IMPEGNO NELLO SPORT

Sport Service a congresso: scienza e football	pag. 32
La valutazione del calciatore	pag. 34
Mapei a Sassuolo, ciclismo per tutti	pag. 35
15° Festival del Fitness	pag. 36
Un museo e un libro per Baldini	pag. 39

NUOVE INIZIATIVE

Referenze on line	pag. 40
-------------------	---------

SPECIALE MERCHANDISING

Mapei per il cantiere e il punto vendita	III di cop.
--	-------------

www.mapei.com

Sul sito Mapei trovate tutte le informazioni sui prodotti, sull'organizzazione del Gruppo in Italia e nel mondo, sulla partecipazione alle più importanti fiere di settore.



L'INNOVAZIONE NEL MOTORE MAPEI

Prima la laurea honoris causa al Politecnico di Milano in ingegneria chimica. Ora il premio "Innovazione 2003" al Centro Ceramico di Modena in collaborazione con l'Università di Modena e di Reggio Emilia. Giorgio Squinzi, amministratore unico della Mapei, continua ad avere attestati di benemerita per quella grande capacità di innovazione che è alla base del successo della sua azienda sino a farla diventare la numero uno al mondo negli adesivi per pavimenti e nei prodotti chimici per l'edilizia. Ed infatti Squinzi ripete, quasi da sempre, quasi in maniera ossessiva: "Chi non inventa cose nuove e non si abitua a competere nel mondo è destinato a perdere". Come dire: il motore della Mapei è proprio l'innovazione. Squinzi è nato nella ricerca, faceva ricerca chimica ancor prima di laurearsi alla Statale, addirittura quando frequentava ancora il liceo. Passava ore tra gli alambicchi chiuso in una stanza, embrione di quel Centro ricerche che inizialmente sarà di sole due persone e poi si svilupperà sino a raggiungere le 300 di oggi, tutti specialisti impegnati per un terzo a Milano nella sede di via Cafiero e per il resto divisi tra Stati Uniti, Canada e Norvegia. Appena può, Squinzi va anche oggi nei laboratori. Segue le varie ricerche, s'informa con i diversi responsabili, mostra la stessa curiosità di quando era ragazzo. Ed ogni anno investe nell'innovazione grosse cifre, quasi sempre il 5% del fatturato. Investimenti importanti, quest'anno significano qualcosa come 40 milioni di euro. E qui sta un'altra caratteristica del successo della Mapei che in 66 anni di vita non ha mai chiuso un bilancio in perdita e non ha mai messo nessuno in cassa integrazione: gli utili sono sempre stati reinvestiti nell'azienda. Inoltre il Gruppo Mapei, una minimultinazionale con 39 stabilimenti in cinque continenti e 9 mila tonnellate al giorno di prodotti finiti, resta concentrato nel core business, vale a dire prodotti per la posa in opera di pavimenti e rivestimenti, ma allargato anche alla chimica per l'edilizia e quindi alle malte, agli additivi per calcestruzzi, ai cementi speciali.

"L'innovazione è una salvezza per le imprese" afferma Squinzi. Non è la prima volta che lo sostiene, sia nei panni di patron della Mapei sia nei sei anni di presidente di Federchimica, incarico quest'ultimo terminato a metà giugno. "Proprio il nostro settore dimostra - dice ancora Squinzi - come la crescita passi per la tecnologia e per la continua sperimentazione". Quindi lo sviluppo richiede più saldi legami tra imprese e università, ma anche la necessità, sottolinea Squinzi, "di un cambiamento, perché fare soprattutto formazione e ricerca sulla sintesi chimica quando la specializzazione dell'industria italiana è sulla formulazione significa non collaborare ai processi di crescita, significa fornire un laureato inadeguato alle esigenze del mercato". Ma lo sviluppo richiede anche più attenzione da parte del governo con una politica industriale simile a quella da tempo esistente nei confronti dei beni strumentali. Quindi un sistema di incentivi automatici e di defiscalizzazione significativa visto come snodo centrale dello sviluppo: "Ed invece chi ci amministra

- afferma Squinzi - non dimostra di credere nella ricerca". Lo sviluppo richiede anche meno burocrazia dal momento che troppa burocrazia non permette di programmare investimenti e di portarli a funzionamento in tempi ragionevoli: non solo quindi il groviglio di lacci burocratici e normativi tipici dell'Italia, che richiedono ancora oggi una trentina di autorizzazioni per poter aprire un nuovo impianto chimico, ma anche la nuova euroburocrazia che si somma a quella statale e regionale con il rischio di tagliare definitivamente le gambe alle imprese. "Come se non fossero le aziende - chiarisce Squinzi - a creare ricchezza ed occupazione".

C'è un aspetto su cui Squinzi ama particolarmente insistere: non esiste più oggi, dice, la chimica di una volta, vale a dire la petrolchimica che ora si sposta lontano, in Medio Oriente o in Cina. Oggi c'è invece una chimica fine, la chimica delle specialità e dell'innovazione, formata per la maggior parte da piccole e medie imprese, che fornisce "un contributo nascosto ma fondamentale al successo del sistema tessile-moda, della pelletteria, dell'arredamento, dell'edilizia, dell'auto, di molti comparti della meccanica e dell'agroalimentare. È questa chimica, la chimica delle formulazioni, destinata a svolgere nel nuovo millennio il compito strategico di trasferimento tecnologico attraverso l'innovazione sviluppata nei suoi laboratori e contenuta nei suoi prodotti". Quindi è questa chimica ad esercitare un ruolo importante nei processi di crescita dei principali settori industriali del made in Italy e di conseguenza a dover essere facilitata nella difesa della sua competitività. Eppure non è così, nella graduatoria sull'innovazione siamo come Paese molto, molto distanti dai primi. "Mi spiace constatare - riconosce Squinzi - che in Italia ci sia così poco impegno a investire proprio nell'innovazione". A quando la svolta?

Alberto Mazzuca

Innovazione

Emilatre

A Giorgio Squinzi un nuovo riconoscimento da parte del Centro Ceramico di Modena in collaborazione con l'Università di Modena e Reggio Emilia.

Si è svolto il 5 e il 6 maggio il quinto meeting sull'innovazione tecnologica per il settore delle piastrelle ceramiche organizzato dal Centro ceramico in collaborazione con il Gruppo Techna e il Comune di Fiorano Modenese, sotto il patrocinio dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

L'evento ha avuto luogo presso il Castello di Spezzano a Fiorano Modenese e comprendeva un convegno, la mostra tematica Decortech e la ormai tradizionale cerimonia di conferimento del premio internazionale Innovazione in ceramica, che quest'anno è stato assegnato a Giorgio Squinzi.

All'incontro hanno aderito in qualità di relatori i dirigenti tecnici di una trentina tra le più qualificate aziende fornitrici di impianti e macchine per il settore delle piastrelle ceramiche.

Infatti, nonostante le difficoltà derivanti da una contrazione della domanda nonché da una concorrenza straniera sempre più agguerrita, il distretto di Sassuolo resta sempre il punto di riferimento e il banco di prova per le innovazioni e la ricerca tecnologica. La capacità di fare innovazione tecnologica, come quella di individuare un prodotto di successo, passa attraverso più approfondite relazioni tra i produttori di tecnologia e l'industria delle piastrelle di ceramica. Solo se continuerà ad esistere questa condivisione le piastrelle di ceramica italiane saranno in grado di elevarsi rispetto alla concorrenza internazionale. Da queste premesse è nata l'idea di organizzare una manifestazione che potesse fissare lo stato dell'arte del settore, rivolta a tutti i produttori di ceramica. Nell'ambito del meeting, durante la serata conclusiva presso il Salone delle Vedute del Castello di Spezzano, si è svolta la cerimonia di conferimento del Premio Internazionale Innovazione 2003, giunto alla sua terza edizione.

Il comitato dei Referee ha deliberato di assegnare il premio al Dr Giorgio Squinzi "per aver saputo brillantemente sviluppare l'attività della Mapei che attualmente conta 39 stabilimenti produttivi con 3300 dipendenti...".

Erano presenti personaggi del mondo politico, della scuola, del mondo imprenditoriale e associativo. Coordinata dal Prof. Carlo Palmonari, Direttore del Centro Ceramico, l'assegnazione dell'ambito riconoscimento ha visto gli interventi di: Sergio Sassi, Presidente di Assopiastrelle, che ha letto

il curriculum di Giorgio Squinzi; poi Duccio Campagnoli, Assessore Regionale alle Attività Produttive, che ha evidenziato come Squinzi rappresenti il vero imprenditore che opera con intelligenza, ricerca e innovazione;

Giancarlo Pellicani, Magnifico Rettore dell'Università di Modena e Reggio, che ha letto le motivazioni del Premio evidenziando l'altissima qualità professionale dimostrata da Squinzi. Alla cerimonia erano presenti anche Franco Stefani, Presidente d'Acimac e il Sen. Lanfranco Turci.

"Sono un uomo di ricerca. M'illudo di farla anche oggi con 300 persone in Italia e 700 in giro per il mondo per mantenere e cercare di migliorare le posizioni che abbiamo acquisito nei diversi mercati. Non investire nella ricerca è come una famiglia che non investe sui figli per un domani migliore." Con queste parole Giorgio Squinzi ha ringraziato il comitato. Il Premio è stato consegnato dal Ministro per i rapporti con il Parlamento Carlo Giovanardi, che concludendo la cerimonia ha posto in rilievo come nell'investire sulla ricerca stato e imprese debbono fare la loro parte non su interventi che privilegino la quantità, ma la qualità del servizio.



INNOVAZIONE

Emilatre
5-6 MAGGIO
CASTELLO DI SPEZZANO
FIORANO MODENESE



5-6
MAGGIO

Alla fiera DELL'EST

La situazione dell'Est europeo, rispetto a quattro o cinque anni fa, è cambiata ma lo sviluppo economico di queste ex zone d'oltrecortina dimostra ancora oggi una capacità d'assorbimento in costante aumento ed in percentuali interessanti. Importante rimane la distinzione da effettuare fra i diversi Paesi in base alla loro posizione geografica, alle dimensioni di ciascuna nazione, al loro prodotto interno lordo, all'industrializzazione, alla stabilità politica, che hanno fatto sì che negli ultimi anni si sia formata una sorta di classifica tra nazioni di serie "A" e "B". Sicuramente l'Ungheria, la Polonia e la Repubblica Ceca appartengono alla prima categoria e Mapei ha ritenuto strategico e opportuno essere presente in ognuno di questi Paesi con proprie unità produttive (in Polonia esse sono addirittura tre) ben collocandosi nei singoli mercati, acquisendo quote di mercato soddisfacenti e ancora in continua evoluzione. Proprio in queste zone, la vicinanza con l'Occidente ed una tradizione culturale del passato più affine alla nostra, hanno giocato un fattore determinante nel loro sviluppo. La Repubblica Ceca poi, dopo la scissione dalla Slovacchia, ha potuto sfruttare in modo ottimale i propri investimenti. Per quanto riguarda il gruppo di Paesi di serie "B" oltre a Bulgaria, Romania, Moldavia e Slovacchia, per ora si aggiunge anche la Russia. Certo può sembrare strano che quella che era la seconda potenza mondiale non riesca a collocarsi meglio in questa classifica ideale, ma troppe sono ancora le infrastrutture da migliorare o addirittura da creare ex-novo per poterla considerare al pari della Polonia o della Repubblica Ceca. Anche le grandi dimensioni dell'ex Unione Sovietica non giocano certo a suo favore ed anzi evidenziano ancora di più i forti contrasti esistenti all'interno. La Russia ha enormi risorse ed i fatturati del settore edilizio mostrano cifre decisamente importanti che però, se

paragonate alla reale dimensione del mercato, lasciano pensare a forti margini di crescita. Per quello che riguarda l'import la ceramica italiana ha fatto breccia sul mercato dell'edilizia ed i prodotti di fascia alta con design "made in Italy" sono apprezzati e incontrano il gusto dell'emergente classe ricca russa. La nascita di showroom con prodotti di alta gamma eleganti e raffinati rivolti ad un pubblico non solo selezionato ed esigente ma in grado di spendere cifre ragguardevoli, è continua. Ma anche i mercati all'aperto che contraddistinguono la vita di tutti i giorni, dove si vende direttamente da container parcheggiati sull'asfalto, rivelano la voglia del pubblico economicamente più modesto, ma numeroso, di volersi adeguare ai tempi. L'importanza in questo momento di transizione tra vecchio e nuovo è essere presenti e cogliere al massimo le opportunità che il mercato offre. Mapei in Russia è presente e soprattutto sensibile ai rapidi cambiamenti e già si concretizza l'idea di sviluppare in modo ancora più incisivo la propria presenza con un'unità produttiva, a dimostrazione del fatto di come l'internazionalizzazione sia sempre stata la carta vincente della politica commerciale Mapei, sino dal 1978, anno della costituzione della prima filiale estera. Non per niente il motto aziendale è "per vincere insieme"...

Megra di Gornja Radgona (Slovenia)

Megra, tenutasi dall'8 al 12 aprile a Gornja Radgona in Slovenia, era totalmente dedicata all'edilizia in generale e, malgrado le sue piccole dimensioni (19.500 metri quadri), 19mila persone hanno visitato gli oltre 400 espositori, 140 dei quali provenienti dall'estero. La Slovenia infatti si sta preparando ad avviare una serie di grandi investimenti nel settore delle costruzioni residenziali, oltre ad un articolato programma di ristrutturazione del patrimonio edilizio esistente ed alla realizzazione di stazioni di servizio lungo le autostrade. Lo stand Mapei, collocato ad angolo ma funzionale e ben visibile già all'entrata del padiglione, riprendeva, come nelle altre fiere, il motivo delle "nicchie", degli



espositori a spicchi, dei poster, dove venivano pubblicizzati i sistemi di posa per la ceramica, il legno e i resilienti tra cui KERAFLEX MAXI e l'innovativo ULTRABOND P990 1K. A parete oltre alle linee "storiche" di Mapei come DYNAMON SYSTEM e le linee pensate per l'UNDERGROUND TECHNOLOGY, anche immagini delle ultime prestigiose

referenze. Il pannello con la ricostruzione della facciata con la finestra dava una completa spiegazione di tutta la linea POROMAP.

IBF di Zagabria (Croazia)

La 27ª edizione di IBF, tenutasi a Zagabria in contemporanea con la Megra slovena, si è svolta insieme ad altre 5 fiere rivolte a settori diversi, occupando il 35% degli 84mila metri quadri dello spazio espositivo totale.

Anche se meglio organizzata rispetto al passato, la fiera, per quello che riguarda espositori e visitatori, ha risentito del clima di incertezza mondiale. Situato al centro del padiglione riservato ai produttori di colle, finiture e prodotti per l'edilizia, lo stand Mapei occupava un'area di 60 metri quadri, con tre lati aperti e pannellature di 4 metri di altezza in blu e si è distinto per il layout e per le informazioni fornite al pubblico sulle linee Mapei per l'edilizia, la ceramica, i resilienti, gli additivi e l'underground. Un'isola centrale all'entrata, formata da tre pannelli, illustrava su un lato il profilo ecologico di Mapei attraverso la documentazione fotografica della posa di pavimenti in pvc con ULTRABOND ECO 350 e ULTRABOND ECO V4SP. Sugli altri due veniva evidenziato l'uso di MAPELASTIC per la protezione e l'impermeabilizzazione di piscine e bagni e quello del nuovissimo ULTRABOND P990 1K.



Non potevano mancare i prodotti per l'impermeabilizzazione di ambienti interni e esterni: ADESILEX P4, KERAFLEX, KERACOLOR+FUGOLASTIC. Dietro la reception, la ricostruzione della facciata con il balconcino che mostrava tutte le linee per la manutenzione delle facciate e a sinistra il pannello per il risanamento delle murature con la linea POROMAP. A destra una "nicchia" per la posa di resilienti e legno con pannelli sovrapposti dal basso verso l'alto con i prodotti PRIMER MF, FIBERPLAN, LIGNOBOND, GRANIRAPID, ULTRABOND P990 1K. Un'altra "nicchia" evidenziava i prodotti per la posa di piastrelle in ceramica, la preparazione del supporto e l'impermeabilizzazione con KERAFLEX, PRIMER S, MAPEGUM WP. Su un angolo all'entrata, un grande pannello per il ripristino del calcestruzzo e dall'altro lato un pannello con DYNAMON SYSTEM. La filiale della Croazia ha terminato il suo primo anno 2001 con un fatturato di mezzo milione di euro, raddoppiato nel 2002. Il primo trimestre 2003 ha già registrato un incremento del 38% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e molto interessante sembra essere il business post bellico del ripristino delle piscine, soprattutto nei complessi alberghieri lungo la costa.



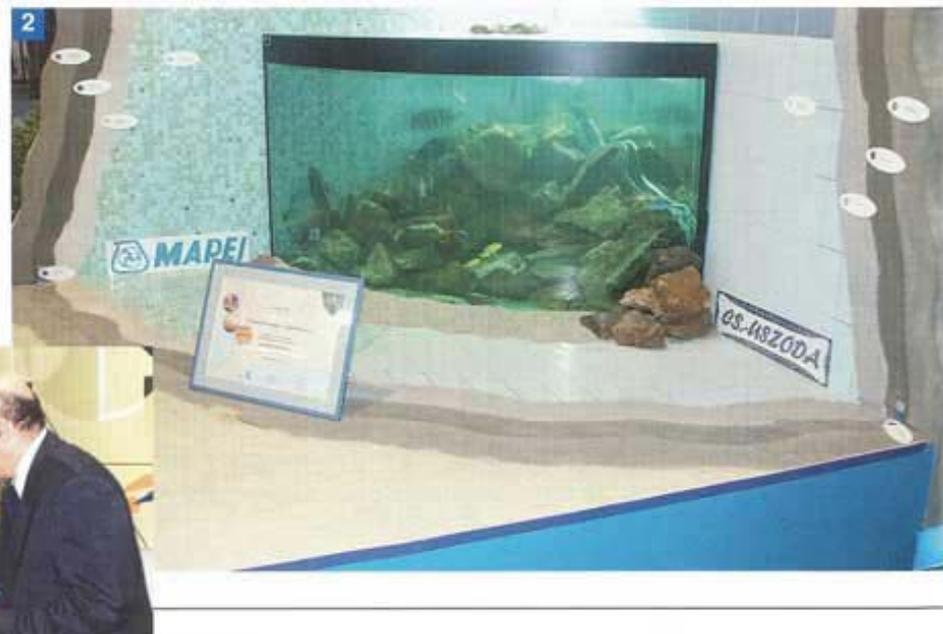
Construma di Budapest (Ungheria)

La 22esima edizione di Construma si è tenuta al Budapest Fair Center dall'8 al 12 aprile 2003 con lo slogan, anche tema principale della fiera, "Tutto per l'edilizia professionale". Pur relativamente piccola, Construma sta però facendo registrare un interesse e una crescente partecipazione internazionale, e quest'anno si è sviluppata su 32.554 metri quadri espositivi che hanno ospitato 796 stand. Di questi il 68% erano stranieri provenienti da 15 Paesi: forte la rappresentanza di aziende tedesche con 31 stand, seguite immediatamente da quelle italiane con 8. Lo stand Mapei (foto 1) si è distinto per la grande accessibilità e un originale appeal creativo grazie alla tensostruttura a tre vele e ai quattro totem triangolari alti 4,50 metri, che evidenziavano le specifiche linee di prodotto. Lo completavano il nucleo servizi, un bar a ferro di cavallo, l'illuminazione a luce bianca e blu. Diviso su due piani, con una superficie complessiva di 161 metri quadri, lo stand Mapei è stato in grado di accogliere fino a 100 visitatori comodamente seduti ai tavolini del primo piano o accomodati sugli ampi divani con tavolini bassi al secondo piano riservato alla clientela vip. In questo stand sono stati presentati i prodotti della linea Ceramica e Materiali Lapidari e in particolare quelli per le impermeabilizzazioni, cui è stato dato grande rilievo con la realizzazione di un suggestivo acquario tropicale semicircolare da 3mila litri posizionato al centro del pannello per il

ripristino delle piscine. Evidenziatori ovali spiegavano l'impiego dei prodotti: la malta livellante NIVOPLAN, il lattice di gomma sintetica PLANICRETE, la malta cementizia per impermeabilizzazioni e incollaggi impermeabili MAPELASTIC, l'adesivo ad alta adesione KERAFLEX, la malta per la stuccatura di fughe a presa ed asciugamento rapido ULTRACOLOR, quella epossidica antiacida KERAPOXY ed il sigillante siliconico a reticolazione acetica MAPESIL AC.

La realizzazione dell'acquario è piaciuta tanto da essere premiata con il **Construma Grand Prize 2003**. Questo riconoscimento è stato conferito a Mapei Kft. per i suoi sistemi di isolamento e copertura, ideali per le piscine (foto 2 e 3). I requisiti per la scelta sono stati il rispetto ambientale, il risparmio energetico ed elevate qualità estetiche.

La fiera è stata anche occasione per la presentazione al pubblico della nuova organizzazione di Mapei in Ungheria, che oggi può contare su grandi vantaggi logistico-commerciali grazie all'apertura di uno stabilimento nel Paese, a Sósút, inaugurato nel settembre 2002. Sono stati presentati anche i sei imballi prodotti in questo stabilimento: quelli dei prodotti KERABOND, KERASET, ADESILEX P9, KERAFLEX, ULTRAPLAN e NIVOPLAN 21. Oltre ai prodotti per la ceramica ed i materiali lapidei, hanno avuto risalto anche quelli della linea Edilizia e in particolare l'FRP SYSTEM. Questo è un sistema innovativo per il rinforzo e l'adeguamento statico delle strutture portanti in cemento armato e





acciaio. L'FRP SYSTEM (Fiber Reinforced Polymer, cioè materiale polimerico fibrorinforzato) si basa su una gamma completa di materiali compositi a base di fibre ad alta ed altissima resistenza meccanica e resine polimeriche appositamente formulate. Questa tecnologia è stata presentata anche con il supporto di audiovisivi. Per quanto riguarda il settore dei resilienti, sono stati presentati solo i prodotti della linea Eco, perché anche il mercato ungherese è particolarmente attento al rispetto dell'ambiente. Grande interesse, infatti, hanno suscitato l'adesivo universale per pavimenti resilienti ULTRABOND ECO V4SP ed il superadesivo ad elevata presa iniziale ULTRABOND ECO 185, entrambi a bassa emissione di sostanze organiche volatili (VOC).

Come è ormai abitudine di Mapei, anche qui sono state mostrate grandi referenze sia nazionali che internazionali, a testimoniare l'efficacia dei prodotti utilizzati. Tra queste una particolare attenzione ha suscitato il Molino Stucky, a Venezia (v. articolo su RM 59), danneggiato recentemente da un incendio. Con questa referenza sono stati promossi alcuni prodotti della linea per resilienti, tessili e legno, come l'appretto a base di resine sintetiche in dispersione acquosa PRIMER G, la lisciatura autolivellante a basso contenuto di sostanze organiche volatili ULTRAPLAN ECO e soprattutto il nuovo adesivo monocomponente poliuretano per tutti i tipi di parquet e laminati ULTRABOND P990 1K.

Un'altra referenza presentata è stata quella del Virgin Mega Store, a Liegi, un'opera in cui sono stati utilizzati, tra gli altri, questi prodotti per resilienti: EPORIP TURBO (resina poliester bicomponente a rapidissimo indurimento), ECO PRIM R (appretto neoprenico in dispersione acquosa, a bassa emissione di sostanze organiche volatili, esente da solventi), ULTRABOND ECO 350 (superadesivo a bassa emissione di sostanze organiche volatili, ad elevata tenacità di adesione) ed infine ULTRABOND ECO 540 (adesivo in dispersione acquosa, specifico per pavimenti in linoleum).

Tra le referenze nazionali, invece, è stata proposta quella del Grand Hotel Royal Corinthia di Budapest, in cui sono stati utilizzati gli impermeabilizzanti MAPELASTIC, MAPEGUM WP (membrana

liquida elastica per impermeabilizzazioni all'interno) e MAPEBAND (nastro di tessuto poliestere gommato per la sigillatura e impermeabilizzazione elastica di giunti di dilatazione all'interno e all'esterno).

Lo stand ha riscosso un grande successo e ha conquistato uno dei premi più importanti, tra quelli conferiti dall'Associazione Marketing Ungherese: l'HMA Exhibition Award.

Il riconoscimento – il secondo ottenuto da Mapei Kft. in questa edizione della fiera, dopo il Construma Grand Prize 2003 – premia lo stand, le strategie di comunicazione dell'azienda e la sua filosofia nell'approccio al mercato.

La giuria ha premiato Mapei Kft. con una cerimonia solenne presenziata dal sindaco e dal presidente dell'associazione (nella foto 4, i due premi).



IBF di Brno (Repubblica Ceca)



L'edizione ceca di IBF si è tenuta al centro espositivo di Brno dal 13 al 17 aprile di quest'anno. Caratterizzata da una superficie record di oltre 67mila metri quadri (+13% rispetto all'anno precedente) la fiera ha tenuto banco con 1340 espositori, dei quali il 20% proveniva da 36 Paesi, soprattutto da Slovacchia, Germania, Polonia, Austria, Italia, Ungheria, Bielorussia, e con un numero di visitatori stimato in circa 95mila presenze. Questi numeri hanno confermato il ruolo di leader nell'edilizia di IBF Brno all'interno dell'area CEE, Central and Eastern Europe. Le aziende, tra i motivi che le hanno spinte a

partecipare a questa fiera, hanno indicato al primo posto la necessità di presentare la propria azienda e di migliorarne l'immagine, al secondo la ricerca di nuovi clienti e al terzo posto la necessità di presentare nuovi prodotti e servizi. Lo stand di Mapei (ben 150 metri quadri) è stato realizzato dall'agenzia ceca GHC e la struttura dal layout "aperto" e senza pannellature divisorie interne, ha favorito l'afflusso dei clienti grazie all'ottimo posizionamento tra le due entrate principali del padiglione V, il più moderno, dedicato alle grandi opere. A disposizione dei visitatori un'ampia documentazione sui vecchi e nuovi prodotti: DYNAMON SX, NIVOPLAN 21, KERASET, prodotti per il recupero del calcestruzzo, PLASTIMUL; inoltre erano disponibili la versione locale dei quaderni tecnici su rasature, piscine, balconi e terrazzi, i quattro cataloghi di linea, il nuovo listino prezzi e il minicatalogo di presentazione su Mapei. Ovviamente un posto d'onore ha avuto

la promozione del nuovissimo sito www.mapei.cz (aggiornato mensilmente) che era anche serigrafato in bianco sullo sfondo blu scuro del banco accogliimento.

Elemento distintivo dello stand, che ha attirato immediatamente lo sguardo dei visitatori, il grande accentratore ottico per la visualizzazione creativa di DYNAMON SYSTEM SX, SR, SP (nella foto qui a lato) composto da tre cilindri in plexiglass con altezze diverse, da 150 a 190 cm, e diametro di 15 cm con l'illuminazione invisibile del liquido e sorgente di microbollicine d'aria che si sprigionano dal basso all'alto con effetto dinamico. DYNAMON SX si è aggiudicato anche la prestigiosa **Gold Medal** per il miglior prodotto presentato in fiera. A fianco il pannello che illustrava il ciclo di PLASTIMUL. Simmetrico a questo, dall'altra parte dello stand, stessa architettura a cilindri in plexiglass per la visualizzazione di KERASET. Un grande totem centrale, formato da quattro pannelli alti 6 metri, era sovrastato dal logo Mapei, retroilluminato e motorizzato, ben visibile a distanza e a 360°.



Lo staff di Mapei Sro (Repubblica Ceca), con il direttore generale Zdenek Runstuk, nello stand a IBF.



Su ognuna delle pareti del totem, a pianta quadrata con lati di 2,5 metri, le quattro linee principali di Mapei contraddistinte dai loro colori: rosso, giallo, verde, viola. All'interno del totem un piccolo ma pratico ufficio riservato ai clienti vip, dove sono stati firmati diversi ordinativi e create buone prospettive per uno sviluppo futuro tra cui l'accordo con l'economato per le opere pubbliche da effettuare nella provincia di Olomuc. Sullo sfondo una pannellatura bianca a ferro di cavallo decorata con i cubi policromi Mapei, faceva da quinta allo stand. Sul lato sinistro, accanto al poster Mapei nel mondo, il riquadro Mapei SK e l'anno di fondazione 1991, con il disegno esecutivo della nuova hall della sede e la nuova sala multimediale con capienza 30 persone per training e seminari; a destra invece una breve storia di Mapei sin dalla fondazione nel 1937 e la rassegna di tutte le certificazioni di qualità del Gruppo. Al centro un grande poster illustrava la referenza dell'impianto

di depurazione Cov Horodinin. Tutto lo stand era caratterizzato dal pavimento in alluminio zigrinato antiscivolo nei colori argento e blu sulla fascia centrale. Il Centro Regionale e la sala operatoria dell'Ospedale di Olomuc, l'hotel Lazensky a Luhacovice, l'autostrada e il viadotto Chomutova a Praha 1, l'arena-palazzo del ghiaccio Hala Sazka dove si terranno i mondiali di hockey 2004 sono state le prestigiose referenze "firmate" dai prodotti Mapei che venivano proiettate su di uno schermo al plasma ed erano esposte sulle pareti esterne dello stand in poster maxiformato.

DYNAMON SYSTEM

L'EVOLUZIONE DEGLI ADDITIVI



relazione alle specifiche prestazioni richieste per il calcestruzzo.

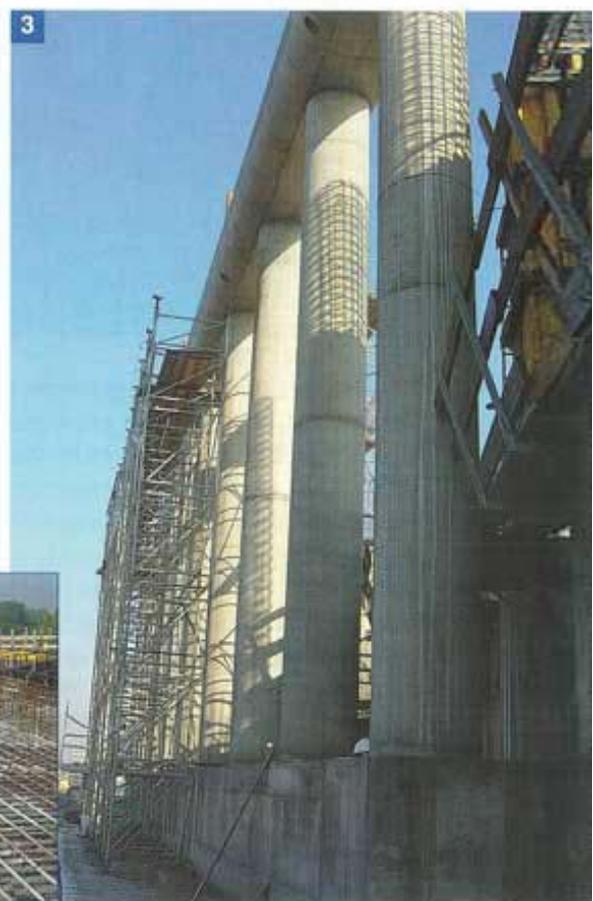
La particolare qualità dei prodotti di questa linea è già stata riconosciuta a livello internazionale, come nelle fiere dell'Europa dell'Est e in particolare all'IBF di Brno (nella Repubblica Ceca), dove DYNAMON SX si è aggiudicato la medaglia d'oro come miglior prodotto presentato in fiera (v. articolo a pag. 4).

Questo additivo è un superfluidificante a base acrilica modificata per calcestruzzi caratterizzati da basso rapporto acqua/cemento, alte resistenze meccaniche e lungo mantenimento della lavorabilità. Grazie alla loro elevata lavorabilità (classe di consistenza S4 o S5 secondo norma UNI EN 206-1), i calcestruzzi confezionati

con DYNAMON SX risultano di facile posa in opera allo stato fresco e di elevate prestazioni meccaniche allo stato indurito.

A DYNAMON SX si affianca il superfluidificante integratore di fini per calcestruzzi preconfezionati DYNAMON SX 14,

Dynamon System è il risultato di un'evoluzione degli additivi della linea Mapefluid, già da tempo presenti in tutto il mondo. Questa rivoluzionaria linea di additivi superfluidificanti per calcestruzzo si basa sulla tecnologia DPP (Designed Performance Polymer), la nuova chimica di processo che permette, attraverso la completa progettazione e produzione dei monomeri (know-how esclusivo di Mapei) di modulare le caratteristiche dell'additivo in





caratterizzato da bassa perdita di lavorabilità, con elevata riduzione dell'acqua di impasto.

DYNAMON SX 14, inoltre, è completamente diverso dai tradizionali additivi superfluidificanti a base di naftalinsolfonato (SN) o melamminsolfonato (SM) condensati con formaldeide. DYNAMON SX 14, infatti, è un nuovo additivo per calcestruzzi a base di polimeri acrilici non solfonati, completamente privo di formaldeide. Il successo della linea Mapefluid X prima, e successivamente di quella



Dynamon è testimoniato dal suo uso, nei cantieri di tutto il mondo, per risolvere problemi molto specifici. Grazie alla versatilità d'impiego dovuta all'altissimo contenuto tecnologico questi superfluidificanti hanno consentito (solo per citare alcuni esempi):

1) la realizzazione dei getti (350.000 m³) dello sfioratore della diga più grande al mondo (Three Gorges Dam - Cina), risolvendo eccellentemente la problematica dei gradienti termici nei getti di massa (foto 1);

2) l'esecuzione di pilastri in calcestruzzo autocompattante ad altissima resistenza meccanica ($R_{ck} = 80 - 95 \text{ N/mm}^2$) per il World Trade Center di San Marino, realizzato su progetto di Norman Foster & Partners (foto 2);

3) il getto di strutture in opera e prefabbricate della costruenda linea ferroviaria ad Alta Capacità sulla tratta Milano-Bologna (foto 3) e Milano-Torino (foto 4).

Gli additivi della linea Dynamon coniugano eccellenti proprietà di riduzione d'acqua e di mantenimento della lavorabilità, che collocano questi materiali al top delle performance dei superfluidificanti per calcestruzzo.

Per maggiori informazioni, consultare il sito Mapei www.mapei.com alla voce "additivi per calcestruzzi".





Central Bank of Nigeria

Realizzata nella nuova capitale della Nigeria, Abuja, la Central Bank of Nigeria ha messo alla prova l'esperienza dei prodotti Mapei per quello che riguarda la posa in climi difficili.

La Nigeria grazie alla sua produzione di petrolio si colloca tra gli stati economicamente più importanti dell'Africa. Localizzato a ovest del grande continente, è uno degli stati africani più vasti (occupa un'area paragonabile a due volte e mezza la Germania) e si affaccia sul Golfo di Guinea. A cominciare dagli anni Settanta la Nigeria ha goduto di un rapido boom economico che, negli anni Ottanta, a causa del calo del prezzo del greggio, subì un brusco arresto. Comunque l'Unione Europea, gli Stati

Uniti, il Giappone e il Canada erano e sono tuttora i partner economici più importanti del Paese africano permettendo ai governi in carica di contare su di un potere economico abbastanza solido e costante nel tempo. Il petrolio non è l'unica risorsa della Nigeria ed esistono industrie che lavorano materie prime importate e prodotti semifiniti oppure esportano i materiali estratti tra cui la rara columbite, lo stagno, il piombo e lo zinco. Il flusso di denaro e l'arrivo di compagnie straniere ha fatto sì

Foto 1. Il grande edificio che accoglie la Central Bank of Nigeria ad Abuja.

Foto 2. L'imponente cantiere per la costruzione dell'edificio.

Foto 3. Il granito scelto nel tipo Azul Montana riveste i pavimenti della hall e le scale che portano al museo. La pietra naturale è stata posata sulla scala a chiocciola di metallo con l'adesivo poliuretano Keralastic.

Foto 4. Il marmo Estremoz che riveste le pareti e le lastre di Rosso Verona posato sui pavimenti dei servizi nell'area Executive. Nel primo caso è stato usato l'adesivo Keraquick e la parte posteriore delle lastre è stata primerizzata con Mapeprim SP. Nel secondo caso, per la posa è stato usato Adesilex P9.





Foto 5. Il granito Azul Montana è stato scelto per la zona Casse ed è stato posato con Keraquick.



che la costruzione di nuovi edifici sia continua, specialmente nella capitale dove le opere edili sono svolte e dirette sia da imprese locali che da quelle estere. Dal 1991 Abuja, situata nel "cuore" della Nigeria, è divenuta la nuova capitale e la sede del governo di questo grande Paese, una federazione che raccoglie 36 stati. La decisione fu presa a causa dei gravi problemi derivanti dalla crescita inarrestabile della popolazione della "vecchia" capitale, Lagos. La città di Abuja è stata progettata a "tavolino" nel 1979 e la sua realizzazione effettiva è iniziata nel 1986. Per questa ragione il volume delle costruzioni edili era ed è ancora considerato notevole: sono stati costruiti, o devono ancora essere eretti, edifici e infrastrutture di vario tipo come aeroporti, ponti, strade, edifici statali, ospedali, moschee, chiese ed hotel.

Central Bank of Nigeria

Tra questi nuovi progetti c'è anche la costruzione della sede della Central Bank of Nigeria, affidata ad una delle più importanti imprese appaltatrici del Paese, il general building contractor Julius Berger Nigeria PLC di Abuja, un'affiliata della Bilfinger Berger AG di Wiesbaden. Operante da quasi quarant'anni in Nigeria, la Berger è stata impegnata in costruzioni di diverso tipo e si è dimostrata in grado di realizzare progetti notevoli sia per altezza che per cubatura in modo veloce ma sempre nel rispetto degli standard qualitativi europei. La Central Bank of Nigeria è composta da un edificio principale di 76mila metri quadri,

un auditorium di 3200 metri quadri, un blocco dedicato ai servizi di 600 metri quadri e un parcheggio che occupa 19mila metri quadri. La banca, internamente ed esternamente, è stata rivestita con lastre di pietra naturale: più di 10mila metri quadri di granito sono stati meccanicamente posati sulle facciate, mentre 5mila metri quadrati di pietra naturale sono stati posati sui pavimenti e i muri interni, oltre a piastrelle di grès porcellanato. Per quello che ha riguardato la loro posa la Berger si è rivolta all'impresa tedesca Strohmänn International Hofheim-Wallau, che a sua volta ha fatto ricorso all'assistenza tecnica di Mapei, forte dell'esperienza fatta proprio nel campo degli adesivi per la posa e la fugatura di piastrelle di ceramica e di pietra su ogni supporto e in ogni condizione climatica, anche poco favorevole come in questo caso. Un gran numero di prodotti Mapei è stato utilizzato non solo per posare e fugare i pavimenti in pietra naturale e in ceramica ma anche per livellare le superfici di posa.

Il ruolo di Mapei

Dopo diversi incontri tra la Strohmänn International e la Bilfinger Berger a Wiesbaden, Mapei è stata incaricata di eseguire test sui tipi di pietra naturale scelti in sede di progetto, Azul Montana e Rosso Verona, e sul marmo portoghese Estremoz. Le condizioni climatiche difficili hanno imposto l'impiego di materiali specifici per la posa della pietra naturale e sono stati scelti posatori locali qualificati, coadiuvati da esperti maestri europei. Viste le particolari condizioni del cantiere

e l'importanza dell'opera, i lavori sono stati seguiti da vicino dal responsabile Mapei per la Germania, Walter Mauer, e da un apposito staff che ha coordinato le procedure di posa coi prodotti Mapei. Uno dei problemi che ha impegnato i tecnici durante il periodo della costruzione, è stato quello della posa in un clima caratterizzato dall'alta temperatura e dalla bassa umidità, e per questa ragione l'uso di adesivi rapidi come KERAQUICK* o il sistema adesivo a due componenti GRANIRAPID* è stato limitato. Dato che la stabilità dimensionale della pietra naturale Azul Montana era piuttosto insufficiente, è stato comunque usato KERAQUICK*, un adesivo in polvere a presa ultrarapida ideale per l'incollaggio all'esterno e all'interno, sia a parete che a pavimento. E' stato però necessario

prendere speciali precauzioni durante le fasi di posa e pertanto le lastre di pietra Azul Montana e di marmo portoghese di Estremoz sono state primerizzate con l'appretto bicomponente MAPEPRIM SP* prima della posa. Per l'incollaggio della pietra calcarea Rosso Verona è stato invece usato ADESILEX P9*, un adesivo a base cementizia per l'incollaggio all'esterno e all'interno di piastrelle anche a parete grazie all'assenza di scivolamento verticale. Per quello che riguarda le fughe è stata scelta la malta per fughe ULTRACOLOR* che assicura un'assoluta uniformità di colore, non genera efflorescenze in superficie e asciuga rapidamente. Quando si è resa necessaria per alcune superfici in calcestruzzo una lisciatura ad indurimento molto rapido, i tecnici Mapei hanno suggerito l'impiego della malta autolivellante ULTRAPLAN*, ideale per sottofondi nuovi o esistenti per renderli idonei a sostenere pavimenti con un'elevata resistenza al traffico e ai carichi. Le superfici dei muri e dei pavimenti soggetti all'umidità sono state protette dalle infiltrazioni con l'applicazione della guaina liquida impermeabilizzante, facile da stendere non solo su superfici orizzontali ma anche inclinate e verticali, MAPEGUM WP* e da nastri e toppe aggiuntive. Il sistema adesivo formato da KERABOND* impastato, in sostituzione dell'acqua, con il lattice

Foto 6. Il sistema adesivo Kerabond+Isolastic e il sistema di fuga Keracolor FF+Fugolastic sono stati usati per posare le piastrelle in gres porcellanato negli atrii delle torri principali.



elasticizzante ISOLASTIC*, e il sistema di fuga KERACOLOR FF* miscelato con l'additivo liquido FUGOLASTIC*, che migliora la compattezza e la resistenza all'abrasione, sono stati usati per l'incollaggio delle piastrelle in gres porcellanato negli atri delle torri principali. Per trattare le superfici di gesso prima dell'utilizzo su di esse di KERABOND* è stato usato il PRIMER G*. Negli stessi spazi, per posare le lastre in pietra naturale, è stata utilizzata la malta MARMOCOLOR* messa a punto nei laboratori Mapei per l'applicazione, all'interno e all'esterno, a parete e a pavimento, di pietra naturale, marmo e granito. EPORIP* è stato scelto come primer per una giunzione rigida fra gli elementi della struttura.

Il telo di tessuto non tessuto MAPETEX* è stato usato come strato antifrattura sulle scale



a chiocciola in acciaio che collegano la hall con il piano superiore. Il granito scelto nel tipo Azul Montana che riveste la scala, è stata posato con l'adesivo poliuretano KERALASTIC*. Per Mapei un lavoro coinvolgente e impegnativo realizzato in una realtà lontana e affascinante ma dagli alti standard costruttivi.

**I prodotti citati in questo articolo appartengono alla linea "Prodotti per ceramica e materiali lapidei". Gli adesivi e le fugature Mapei sono conformi alle norme EN 12004 ed EN 13888. Le relative schede tecniche sono contenute nel CD "Mapei Global Infonet" e nel sito internet www.mapei.com.*

Adesilex P9 (C2TE): adesivo a base cementizia ad alta adesione e scivolamento verticale nullo, per piastrelle ceramiche.

Epriorip: adesivo epossidico bicomponente per riprese di getto e sigillatura monolitica di fessure di massetti.

Fugolastic: additivo liquido polimerico per Keracolor FF e Keracolor GG.

Granirapid (C2F): sistema adesivo a due componenti a presa ed idratazione rapida per ceramica, pietre naturali e artificiali (spessore dell'adesivo fino a 10 mm).

Isolastic: lattice elasticizzante da miscelare con Kerabond e Kerafloor (spessore degli adesivi risp. fino a 5 e 15 mm).

Kerabond (C1, miscelato con Isolastic diventa C2): adesivo in polvere a base cementizia per piastrelle ceramiche (spessore dell'adesivo fino a 5 mm).

Keracolor FF (CG2): malta cementizia per la stuccatura di fughe fino a 6 mm.

Keralastic (R2): adesivo poliuretano a due componenti per piastrelle ceramiche e materiali lapidei.

Keraquick (C2FT): adesivo in polvere a discreta deformabilità a presa ultrarapida per piastrelle ceramiche (spessore dell'adesivo fino a 5 mm).

Mapegum WP: membrana liquida elastica per impermeabilizzazioni all'interno.

Mapeprim SP: appretto bicomponente esente da solventi.

Mapetex System: sistema completamente removibile per la posa di piastrelle di ceramica e materiali lapidei. Utilizzabile anche come strato di desolidarizzazione antifrattura.

Marmocolor (CG2): malta speciale per materiali lapidei a presa ed asciugamento rapido per fughe da 0 a 5 mm, non produce efflorescenze.

Primer G: appretto a base di resine sintetiche in dispersione acquosa.

Ultracolor (CG2): malta per la stuccatura di fughe da 2 a 20 mm, a presa ed asciugamento rapido, disponibile in 26 colori; non produce efflorescenze.

Ultraplan: liscivatura autolivellante ad indurimento ultrarapido per spessori da 1 a 10 mm per mano.



SCHEDA TECNICA

Central Bank of Nigeria, Abuja, Nigeria

Intervento: posa di lastre di pietra naturale, marmo, granito nei vari ambienti e all'esterno.

Committente: Stato della Nigeria

Contractor: Julius Berger AG, Nigeria

Project manager: Mr. Tiefenbach, Ms. Wolf-Gericke, Bilfinger Berger

Progetto: Interstate Architects, Nigeria

Impresa di posa: Strohmann International, Hofheim-Wallau, Germania

Anno di intervento: 2001

Prodotti Mapei: ADESILEX P9, EPORIP, FUGOLASTIC, GRANIRAPID, ISOLASTIC, KERABOND, KERACOLOR FF, KERALASTIC, KERAQUICK, MAPEGUM WP, MAPEPRIM SP, MAPETEX SYSTEM, MARMOCOLOR, PRIMER G, ULTRACOLOR, ULTRAPLAN.

Distributore Mapei: Mobau Braun

Coordinatore Mapei: Walter Mauer - Mapei Germania

Southpoint Mall

Un "villaggio europeo" in America.

È un centro commerciale molto insolito quello che Mapei Corp. e David Allen Co. hanno contribuito a realizzare in North Carolina, negli Stati Uniti. Quello che si presenta ai nostri occhi, quando entriamo a Southpoint Mall, è qualcosa di più dell'insieme di bar, ristoranti e negozi di abbigliamento che si vede di solito nei centri commerciali. Gli architetti dello studio Rtkl di Dallas, in Texas, hanno progettato questo centro commerciale – che comprende anche aree pedonali all'aperto – sullo stile di un



1

Foto 1. Uno degli ingressi del centro commerciale.

Foto 2. L'interno di Southpoint Mall. Qui tutti i pavimenti sono stati posati con sistemi Mapei.

Foto 3. Le facciate di molti negozi e ristoranti sono state realizzate in mattoni a vista. Il rivestimento a pavimento è in lastre di pietra naturale, incollate con l'adesivo autobagnante Ultracontact.

Foto 4 e 5. Fontane e statue caratterizzano l'esterno del Mall.

Foto 6. Il centro commerciale è stato progettato sul modello di una piccola città.



2



immaginario villaggio europeo, dove ogni negozio presenta una facciata particolare. I comignoli neri sui tetti e i mattoni a vista delle facciate, infatti, ricreano l'atmosfera di una passeggiata tra le stradine inglesi del 18esimo secolo. I corridoi esterni del centro commerciale conducono ai ristoranti e ai negozi che si affacciano sulle numerose piazze, di fronte a coreografiche fontane. Per le pavimentazioni interne (una superficie complessiva di più di 13mila m²) sono state scelte pietre calcaree



Foto 7. Dietro la coreografica fontana c'è il cuore del "villaggio", realizzato in una struttura coperta.

Foto 8. L'interno del Mall. Pietra naturale anche per il pavimento del piano superiore.

francesi e portoghesi e pietre naturali verdi provenienti dalla Germania. La posa è stata eseguita dalla David Allen Company, che ha la sede centrale a Raleigh, nel North Carolina, e succursali nel South Carolina, nel Tennessee e in Virginia. L'azienda ha più di 80 anni di esperienza: è stata fondata nel 1920 e oggi in tutti gli Stati Uniti è conosciuta come una delle imprese più dinamiche e affidabili nel settore del marmo, granito, piastrelle e marmette.

Martin Howard, vice presidente della David Allen Co., responsabile del successo della posa e del rispetto dei tempi, ha raccontato: *"Era importante usare prodotti per la posa che riducessero i nostri rischi; la pietra naturale era di grande formato e volevamo essere sicuri di ottenere la completa bagnatura del retro-piastrella, sotto ogni lastra di pietra naturale"*.

Per questo l'impresa di posa ha scelto l'adesivo Mapei ULTRACONTACT*, adesivo autobagnante che garantisce la completa bagnatura del retro di piastrelle di grande formato. *"È bastato poco per capire che ULTRACONTACT* era proprio il prodotto che stavamo cercando"*, ha commentato Howard. Questo adesivo è stato usato con successo per la posa di pietra naturale in tutto il centro commerciale, anche per la posa di pavimenti in marmo nel negozio "Nordstrom".

La posa di tutti i pavimenti interni è stata eseguita con sistemi Mapei. Conosciuti



Foto 9 e 10. Anche per il pavimento in marmo di Nordstrom è stato utilizzato l'adesivo autobagnante Ultracontact, insieme alla membrana impermeabilizzante Prp 315, alla rasatura Planipatch, alla lisciatura autolivellante Ultraplan e alla fuga Ultracolor.



9

NORDSTROM



10

Foto 11 e 12. Ceramica e gres porcellanato sono stati utilizzati per i locali di servizio.



12



11

per la loro garanzia a vita, questi sistemi assicurano prestazioni inalterate nel tempo.

Nella realizzazione di questo progetto particolare sono stati inclusi anche altri prodotti Mapei, come PRP 315*, membrana impermeabilizzante, PLANIPATCH*, rasatura cementizia a presa rapida a base di polimeri modificati, ULTRAPLAN*, lisciatura autolivellante a presa rapida a base di polimeri modificati, ULTRACONTACT* e ULTRACOLOR*, la fuga con i colori più vari e affidabili tra quelle disponibili sul mercato.

Questi sistemi di posa sono stati usati anche per posare ceramica e gres porcellanato nei locali di servizio e in altre aree del centro commerciale. Il rivestimento a pavimento del Mall è nato da una combinazione di pietre levigate e pietre lucide importate direttamente dai paesi di origine. Le pietre calcaree francesi e portoghesi sono state levigate per sembrare ciottoli.



13



14

L'intervento, durato sei mesi, è iniziato a settembre del 2001 e il Centro è stato inaugurato il 7 marzo del 2002. Tre settimane dopo la sua apertura, Southpoint Mall aveva già ospitato un milione di persone e ha continuato poi ad attrarre ad attrarre un gran numero di visitatori.

DM

Foto 13. Combinazione di pietre levigate e pietre lucide per una pavimentazione interna.

Foto 14. Pietre naturali verdi provenienti dalla Germania sono state utilizzate per questa particolare ambientazione in esterno.

SCHEDA TECNICA

Southpoint Mall, Durham, North Carolina (Usa)

Intervento: posa pavimenti sia in interno che in esterno e dei rivestimenti nei locali di servizio

Anno d'intervento: 2001-2002

Progetto: Rtkl, Dallas (Texas)

Impresa esecutrice: David Allen Company (North Carolina)

Direzione lavori: Martin Howard, David Allen Company

Materiali posati: pietra naturale verde, ceramica, gres porcellanato, marmo, pietra calcarea

Prodotti Mapei: PRP 315, PLANIPATCH, ULTRAPLAN, ULTRACONTACT, ULTRACOLOR

Rivenditore Mapei: Daltile, Reilegh (North Carolina)

Coordinamento Mapei: Ed Alexander, Mapei Corp.

Per accentuarne l'effetto, accanto alle pietre levigate sono state posate pietre verdi della Germania. Lo stesso tipo di pietra è stato usato sulle piattaforme rialzate all'incrocio dei corridoi.

**I prodotti citati in questo articolo sono realizzati e distribuiti sul mercato americano da Mapei Corp. (USA) e Mapei Inc. (CDN). Per maggiori informazioni consultare il sito internet www.mapei.com.*



Prodotti Mapei per la posa del mosaico vetroso

Mapei propone una vasta gamma di adesivi specifici per la posa del mosaico vetroso su diverse tipologie di supporto. Gli adesivi Mapei si distinguono per la capacità di non alterare le tonalità di colore del mosaico ed in particolare per non opacizzarne la superficie, esaltandone, al contrario, la brillantezza originale.

A questa peculiarità, gli adesivi Mapei associano prestazioni elevate di adesione anche in presenza di un rivestimento, quale il mosaico, con valori di assorbimento praticamente nulli.

La notevole capacità di resistere all'acqua e le caratteristiche di deformabilità, inoltre, fanno sì che gli adesivi Mapei risultino particolarmente indicati anche per la posa del mosaico vetroso in ambienti quali le piscine in c.a. Oltre agli adesivi, ad esaltare le caratteristiche estetiche e funzionali del mosaico vetroso contribuiscono anche le "Fughe colorate Mapei"**. 



SUPPORTI	ADESIVI	CLASSIFICAZIONE SECONDO EN 12004 EN 12002	
INTONACO	Adesilex P10	C2TE	-
	Keracrete + Keracrete Polvere	C2T	-
	Granirapid	C2F	-
	Keraquick	C2FT	-
LEGNO, TRUCIOLARE	Keralastic	R2	-
	Keralastic T	R2T	-
	Keraquick + Latex Plus	C2FT	S2
GESSO* CARTONGESSO	Keracrete + Keracrete Polvere	C2T	-
	Granirapid	C2F	-
	Keraquick	C2FT	-
METALLO	Keralastic	R2	-
	Keralastic T	R2T	-
VETRORESINA	Kerapoxy	R2T	-
PISCINE IN C.A.	Adesilex P10 + Isolastic diluito con acqua in rapporto 1:1	C2TE	S1
	Keracrete + Keracrete Polvere	C2T	-
	Granirapid	C2F	-
	Keraquick + Latex Plus	C2FT	S2
CALCESTRUZZO ARMATO	Adesilex P10	C2TE	-
	Keracrete + Keracrete Polvere	C2T	-
	Keraquick + Latex Plus	C2FT	S2
STRUTTURE IN CALCESTRUZZO IMPERMEABILIZZATE CON MAPELASTIC	Granirapid	C2F	-
	Adesilex P10 + Isolastic diluito con acqua in rapporto 1:1	C2TE	S1

* Per i supporti in gesso è necessario, prima dell'incollaggio, trattare la superficie con **Primer G**.

** Stuccatura: **Keracolor FF + Fugolastic (CG2), Ultracolor (CG2), Kerapoxy (RG)**, classificati secondo la normativa europea EN 13888.



Un mondo di luce

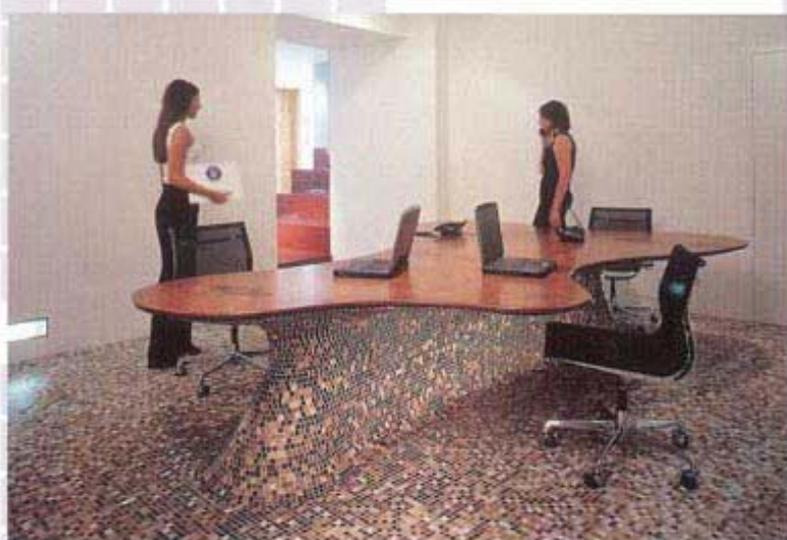
Lo Spazio Bisazza, realizzato nel centro di Milano, si rifà alla Casa Malaparte di Capri. Gli splendidi mosaici sono stati posati con prodotti Mapei.

La collaborazione tra Bisazza e Mapei ha fatto nascere, tra gli lausteri e un po' spenti edifici antichi milanesi, un'oasi di colore e di luce. È lo Spazio Bisazza, ispirato alla Casa Malaparte di Capri (residenza estiva di Curzio Malaparte), dove arte e tecnologia si sono unite in un connubio perfetto. Nato nell'aprile 2002 come showroom aziendale e luogo per iniziative culturali, lo spazio si è via via animato di nuovi eventi dedicati all'arte, all'architettura, alla moda, al design, come la mostra "Sandro Chia - Divano a mare", inaugurata il 5 giugno scorso.

Questa esposizione riunisce progetti inediti dell'artista, che da anni collabora con Bisazza, per opere in mosaico su commissione privata e pubblica, oggetti d'arredo e bozzetti preparatori di soggetto marino. Tra le opere ispirate all'acqua, nello spazio milanese di Bisazza possiamo ammirare il ritratto di uomo che si tuffa nella piscina, come anche il "Divano a mare" che dà il titolo alla mostra. Il "divano" è presentato in una doppia veste: come complemento d'arredo in tessuto lucido e come scultura, rivestito in mosaico di vetro Bisazza.



BISAZZA



I materiali in vetro rivestono tutto l'ambiente circostante, progettato dall'arch. Fabio Novembre con la collaborazione di Sandro Chia: un volume articolato, aperto su più lati per dar luce alla piccola piscina e al ritratto del tuffatore. I rivestimenti sono stati posati utilizzando i prodotti Mapei*, come in tanti altri progetti artistici realizzati in Italia e all'estero, quali musei, metropolitane, edifici antichi di pregio, hotel e ristoranti.



In alcuni cantieri sono stati utilizzati prodotti Mapei disponibili presso tutte le rivendite (come in questo showroom); in altri – seguiti direttamente, per la posa in opera, da Bisazza – sono stati utilizzati prodotti espressamente creati da Mapei per questa famosa industria leader nella produzione del mosaico di vetro per pavimenti e rivestimenti.
Lo Spazio Bisazza di Milano rientra in un progetto aziendale



esteso anche all'estero, che ha preso il via nel 1998 con la realizzazione del primo showroom di New York firmato da Alessandro Mendini. Nel 2001 è stato inaugurato a Barcellona il primo punto monomarca in un noto centro internazionale di design; il progetto è di Fabio Novembre, che ha firmato anche quelli degli Spazi Bisazza di Berlino e New York, di imminente apertura (settembre 2003).



**I prodotti utilizzati appartengono alla linea "Prodotti per ceramica e materiali lapidei". Le relative schede tecniche sono contenute nel CD "Mapei Global Infonet" e nel sito internet www.mapei.com. Gli adesivi e le fugature Mapei sono conformi alle norme EN 12004 ed EN 13888.*

Ultramastic III (D2TE): adesivo in pasta pronto all'uso per la posa di piastrelle ceramiche su pareti e pavimenti, spessore dell'adesivo fino a 5 mm).

Primer G: appretto a base di resine sintetiche in dispersione acquosa.

Granirapid (C2F): sistema adesivo a due componenti a presa ed idratazione rapida per ceramica, pietre naturali e artificiali (spessore dell'adesivo fino a 10 mm).

Adesilex P10 (C2TE): adesivo bianco a base cementizia, ad alta adesione e scivolamento verticale nullo, per rivestimenti in mosaico vetroso, ceramico e di marmo.

Isolastic: lattice elasticizzante da miscelare con Kerabond e Kerafloor (spessore degli adesivi risp. fino a 5 e 15 mm).

Fugolastic: additivo liquido polimerico per Keracolor FF e GG.

Kerabond (C1, miscelato con Isolastic diventa C2): adesivo in polvere a base cementizia per piastrelle ceramiche (spessore dell'adesivo fino a 5 mm).

Keralastic T (R2T): adesivo poliuretano a due componenti per piastrelle ceramiche e materiali lapidei, resistente allo scivolamento.

Keraflex (C2TE): adesivo a base cementizia ad alta adesione, discreta deformabilità e scivolamento verticale nullo, per piastrelle in ceramica e materiale lapideo.

Ultracolor (CG2): malta per la stuccatura di fughe da 2 a 20 mm, a presa ed asciugamento rapido, disponibile in 26 colori; non produce efflorescenze.

Kerapoxy (RG): malta epossidica antiacida a due componenti per la stuccatura di fughe con larghezza minima di 3 mm. Disponibile in 26 colori.

Mapelastic: malta cementizia bicomponente elastica per impermeabilizzazioni ed incollaggi impermeabili di balconi e piscine.



SCHEDA TECNICA

Spazio Bisazza, via Senato 2, Milano

Intervento: posa dei rivestimenti e pavimenti

Committente: Bisazza S.p.A.

Progettista: Fabio Novembre

Collaboratori al progetto: Lorenzo de Nicola, Carlo Formisano,

Ramon Karges, Giuseppina Flor

Data progetto: gennaio - aprile 2002

Fine lavori: 11 aprile 2002

Superficie: 170 m²

Appaltatore: E.Pro.Services.Sc.Arl

Fornitore: F1 S.r.l.

Struttura della piscina: Ing. Pierachille Barzaghi

Piscina: Germa S.r.l.

Rivestimenti delle pavimentazioni: opus romano e mosaico in vetro Bisazza

Rivestimenti delle pareti: opera d'arte di Sandro Chia in mosaico artistico, mosaico in vetro Bisazza (Vetricolor 2x2)

Soffitti: intonaco e mosaico artistico Bisazza

Prodotti Mapei: ULTRAMASTIC III, PRIMER G, GRANIRAPID, ADESILEX P10, ISOLASTIC, FUGOLASTIC, KERABOND, KERALASTIC T, KERAFLEX, ULTRACOLOR, KERAPOXY, MAPELASTIC.

Pubblichiamo in queste pagine un articolo tratto dal n. 1/2003 di Tile Italia, che ringraziamo per la gentile concessione.

Tendenza: una posa di qualità

di Graziano Sezzi

Il prezzo va bene, ma voglio che il lavoro sia ben fatto.

- Voglio una posa in diagonale che mi valorizzi al massimo il materiale.
- La fuga deve essere in contrasto con il pavimento ed in un colore ben definito, inattaccabile allo sporco e agli agenti chimici.
- Questo materiale rettificato non deve essere posato accostato senza alcuna tolleranza.
- Il terrazzo deve essere perfettamente impermeabilizzato e il deflusso dell'acqua "pensato" prima di iniziare la posa.
- Non mi piace vedere i giunti di separazione che si deformano e si riempiono di sporco.
- Il pavimento deve essere posato in pochi giorni e quindi utilizzo un massetto costoso ad assorbimento rapido che però mi consente di non avere alcun problema.
- I profili devono dare maggiore gradevolezza estetica al rivestimento e devono di conseguenza essere scelti con attenzione.
- La mia intenzione è di utilizzare materiali di diversa natura nel pavimento (ceramica e legno, cotto e marmo, ecc.) ed esigo una posa in opera a regola d'arte.

Queste semplici frasi esprimono richieste fatte da committenti di ogni livello e sono significative della tendenza che la posa in opera ha imboccato negli ultimi anni.

Non tutto il mondo è così idilliaco. Quando si parla di superfici ampie; quando ci si confronta con i concorrenti; quando un lavoro si deve "prendere comunque" il fattore prezzo è determinante e non potrebbe essere altrimenti. Però è il committente stesso che richiede alla posa in opera specifiche caratteristiche che vanno verso una superiore qualità del lavoro finito.

La qualità della posa

A determinare la qualità della posa in opera contribuiscono tre elementi:

- a) il materiale da posare (piastrelle, legno, marmo ecc)
- b) i materiali per posare (adesivi e altro)
- c) il lavoro del posatore.



- Per quanto riguarda il materiale da posare non vi è niente di più da dire di quanto non venga già detto su ogni numero di questa rivista.

Oggi convivono nelle gamme delle aziende materiali di ogni tipo, adatti ad ogni esigenza: occorre solo saperli scegliere, senza violentarne le destinazioni d'uso e il buon senso.

- Quasi simile il discorso per i materiali per la posa, che non si limitano alle colle, le quali, peraltro, non sono tutte uguali, ma differenziate a seconda dello specifico uso. La ricchezza di materiali oggi esistente per la posa in opera esige però che il posatore sia capace di fare uno sforzo di apprendimento teorico e pratico.

- Questo ci porta direttamente al terzo elemento e cioè la professionalità del posatore. Al di là delle lamentele di prammatica si deve affermare che esistono posatori capaci, ricchi di manualità, professionalità e di conoscenze per realizzare al meglio qualsiasi lavoro.

Tutta l'edilizia va verso la qualità

Mettiamoci il cuore in pace. L'attività edile in Italia, paese dove si è costruito sin troppo, non può avere incrementi significativi. Negli anni di boom gli investimenti aumentano di 2-3% punti percentuali, regolarmente persi negli anni di calo.

E' una situazione consolidata, che, a giudicare da quanto sta succedendo in Germania dove assistiamo ad un calo imprevedibile, auspicheremmo si perpetuasse nel prossimo decennio.

Ma in un mercato ricco e consolidato il committente non è più sprovveduto e sa perfettamente cosa vuole: un pavimento e un rivestimento più bello.

La qualità della posa in opera è parte non trascurabile dell'attività edile: spazio dunque alla valorizzazione del posatore.

Spazio anche all'allargamento dell'area di interesse per il

posatore.

Anni fa quando si parlava di sottofondi, di impermeabilizzazioni e di drenaggio il posatore non era mai coinvolto.

Oggi, con le nuove tecnologie di posa e i nuovi materiali, il posatore può essere chiamato a realizzare un massetto, a impermeabilizzare un terrazzo, a progettare il drenaggio di un pavimento.

E' un'occasione di crescita professionale, e di profitto, che aspetta di essere colta.



IL DOMANI DELLA POSA IN OPERA

- Progressivo incremento della posa ad adesivo. La quota di pavimenti posati ad adesivo in Italia è superiore al 70%. La quota di rivestimenti è superiore al 95%.
- Tendenza all'incremento della posa con fuga e alla posa in diagonale (già oggi molto diffuse).
- Incremento della posa totalmente "accostata", a seguito della maggiore diffusione dei materiali "rettificati".
- Maggiore attenzione per i sistemi completi di posa che, partendo dalla preparazione del sottofondo e dalla impermeabilizzazione, arrivano alla posa in opera finita.
- Rilevante interesse per i materiali di posa "ecologici".
- Ingresso sul mercato di nuove generazioni di posatori, con minori capacità manuali, ma con più ampia disponibilità ed attitudine ad utilizzare i nuovi sistemi di posa e le nuove attrezzature.
- Specifica attenzione alle condizioni di lavoro, soprattutto per quanto riguarda la sicurezza dell'ambiente e l'impiego di strumenti in grado di diminuire la fatica fisica e di allungare la vita lavorativa.
- Tendenza all'affermazione, quale veicolo di diffusione e vendita di macchinari per il taglio e la foratura e per le attrezzature per piastrellisti in genere, del rivenditore di ceramica: professionista privilegiato nella conoscenza delle novità del settore e delle relative problematiche.
- Crescente importanza della valutazione del lavoro finito.
- Introduzione di valutazioni specifiche relative al ciclo vitale di un'installazione sia in termini di efficienza tecnica che in termini di ritorno dell'investimento.
- Particolare attenzione per i costi di manutenzione specialmente nelle strutture aperte al pubblico.

Il marchio di conformità CE

Dal 2004 sarà obbligatorio per i prodotti per la posa della ceramica: l'approfondimento dell'argomento è stato l'oggetto di un corso di formazione organizzato da Assopiastrelle.



La norma prEN 14411 (ISO 13006 del 1998) dal titolo "Piastrelle di ceramica - definizioni, classificazione, caratteristiche e marcatura" è stata ufficialmente approvata dal Comitato CEN/TC 67 nell'ottobre del 2002 ed è di imminente pubblicazione. Si conclude così il lungo iter di recepimento in Europa delle norme ISO che sostituiscono le vecchie norme EN, in vigore dal 1985 ad oggi e il nuovo standard diventa il riferimento normativo per le piastrelle di ceramica in Europa e nel mondo. Con la pubblicazione delle nuove norme, dalle quali derivano le norme "armonizzate" con i relativi requisiti, vengono poste le basi per l'applicazione del marchio CE alle piastrelle di ceramica e agli adesivi per la posa e prodotti per le fughe.

Le direttive vogliono rendere omogenee le regole in tutta Europa e hanno come obiettivo la regolarità degli appalti pubblici, la tutela del consumatore e la sicurezza dei prodotti nell'edilizia. Già dal marzo 2004 si potrà iniziare ad apporre il marchio CE sulle confezioni delle piastrelle di ceramica, che diverrà poi obbligatorio dal 2005. Per gli adesivi i termini sono stati anticipati all'aprile 2004. L'introduzione del marchio obbligatorio CE ha innumerevoli conseguenze sia per i consumatori che per i produttori: infatti solo i prodotti con marchio CE potranno essere venduti all'interno della Comunità Europea. Il marchio di conformità attesta l'idoneità dei prodotti all'uso per il quale sono stati sviluppati, sulla base delle specifiche tecniche europee derivanti dalle direttive: i parametri che vengono presi in considerazione vanno dalla formatura all'assorbimento dell'acqua, alla resistenza

meccanica, alla resistenza all'urto. A seconda dei risultati delle analisi, i prodotti rientreranno in precise categorie identificate da lettere dell'alfabeto. Il marchio CE sostituisce tutti i marchi obbligatori di conformità preesistenti relativi alle caratteristiche tecniche in oggetto.

L'informazione sulla nuova normativa

L'entrata in vigore delle nuove norme EN ha reso necessaria l'illustrazione delle stesse per potersi preparare al meglio ai nuovi obblighi europei. Tali norme saranno pubblicate a cura dell'UNI e costituiranno il punto di riferimento per la normativa di ognuno degli Stati membri in materia di sicurezza dei prodotti impiegati nell'edilizia.

Per questa ragione il 20 e il 27 febbraio di quest'anno, presso la sede di Assopiastrelle a Sassuolo (nella foto), si sono tenute due giornate informative che hanno avuto come obiettivo l'esposizione delle procedure e dei requisiti per l'ottenimento del marchio CE, delle tematiche relative alle nuove norme EN per piastrelle ed adesivi, delle regole per la posa dei prodotti ceramici, delle norme a tutela dei consumatori e dei marchi volontari. Gli incontri, a cui sono intervenuti un centinaio di partecipanti in rappresentanza di altrettante aziende del settore ceramica e adesivi, hanno approfondito nella prima giornata il quadro normativo e nella seconda gli aspetti operativi per le imprese. Per Mapei è intervenuto il 20 febbraio il dr. Giorgio Roncan, (Assistenza Tecnica Mapei), segretario CEN/TC 67 WG3 con la relazione su "Le EN 12004 e 13888 sugli adesivi e sigillanti per rivestimenti ceramici" che ha fornito un aggiornamento sugli stadi di avanzamento dei lavori della Commissione europea CEN/TC 67 WG3, incaricata della stesura delle norme per gli adesivi e le fugature per la ceramica, e la commissione ISO 189/WG3, per la stesura delle stesse norme a livello mondiale. Inoltre Roncan ha parlato ampiamente del significato pratico che avranno le norme e del loro effetto sul mercato dei prodotti per la posa della ceramica. (Per approfondimenti sull'argomento rimandiamo all'articolo "Adesivi e fugature per le piastrelle" di Giorgio Roncan pubblicato sul n. 56 di Realtà Mapei). Sempre durante questa giornata si è tenuto l'intervento del dr. Mario Sanvito, segretario CEN/TC 67, che pubblichiamo nelle pagine seguenti. La settimana successiva, durante la giornata del 27 febbraio dedicata agli aspetti operativi per le imprese, l'ing. Paolo Murelli (Assicurazione Qualità di Mapei), ha parlato su "Controllo di produzione, etichettatura e documenti di informazione per i produttori di adesivi e sigillanti". Nell'intervento sono stati illustrati gli obblighi a cui dovranno sottostare i produttori di adesivi dall'aprile 2004, data di entrata in vigore della norma che regola la marcatura CE di questi prodotti. Murelli ha inoltre spiegato, anche attraverso una serie di esempi, le caratteristiche del suddetto marchio e le informazioni che lo devono necessariamente accompagnare.

La due giorni si è conclusa con l'intervento del dr. Franco Manfredini, Presidente della Commissione Normazione Tecnica di Assopiastrelle.



Il processo di qualità per la realizzazione dei rivestimenti ceramici

di Mario Sanvito – Segretario CEN/TC 67.

Questo articolo fornisce delle indicazioni di riferimento per tutti gli operatori coinvolti nella realizzazione di rivestimenti ceramici. Non si deve pensare che quanto descritto sia "teorico", in quanto descrive quanto si dovrebbe effettuare per legge o secondo le "regole della buona tecnica". Infatti molti operatori per consuetudine non prestano la dovuta attenzione a queste regole, che, in un futuro già iniziato, avranno un peso rilevante sul mercato. Si richiama l'attenzione sul fatto che anche gli operatori "tradizionalisti" seguono queste regole anche se non se ne rendono conto e soprattutto non si prendono la cura di "documentare" il loro comportamento.

La conoscenza delle regole del gioco può essere la discriminante per trasformare in "impresa" un lavoratore autonomo, ed in fornitore di "prodotto e servizi" un rivenditore.

La soddisfazione del cliente deve essere il riferimento per tutti, senza cadere in eccessi, questo per tenere il settore ceramico ai livelli raggiunti nella stima della clientela e per resistere agli attacchi dei prodotti concorrenziali.

Vista l'importanza degli argomenti per produttori, fornitori e utenti finali, Mapei si ripromette di effettuare delle giornate durante le quali si daranno le informazioni e i suggerimenti necessari per entrare nella logica sopra descritta.

Lo scenario attuale

Oggi è possibile definire un processo per la realizzazione dei rivestimenti secondo i criteri della qualità che tenga conto delle nuove norme europee (EN):

- EN 12004 Adesivi per piastrelle – Definizioni e specificazioni;
- EN 14411 Piastrelle di ceramica – Definizioni, classificazione, caratteristiche e marcatura;
- EN 13888 Sigillanti per giunti tra piastrelle – Definizioni e specificazioni;
- prCEN/TR 13548 Progettazione ed installazione delle piastrellature ceramiche.

Queste norme si aggiungono alle altre esistenti sui metodi di prova e alle norme generali per la definizione dei sistemi di gestione della qualità ISO 9001:2000.

Per gli adesivi e le piastrelle le norme espongono le caratteristiche che devono possedere i prodotti, i valori limite di accettazione e rifiuto, i criteri di controllo, di designazione ed etichettatura. Le EN 12004 e EN 14411 contengono inoltre le indicazioni per l'apposizione del marchio CE sui prodotti; tale marchio ha valore obbligatorio ed entrerà in vigore: (dopo un periodo transitorio in cui sarà facoltativo) all'inizio del 2004 per gli adesivi e ad inizio del 2005 per le piastrelle. La disponibilità di queste norme (e delle altre sullo stesso argomento), facilita la definizione di procedure che descrivono, nel loro insieme, il

comportamento dei fornitori di prodotti (sia i produttori che i distributori/importatori), dei committenti, dei progettisti, dei posatori e dei gestori di beni immobili. Inoltre traggono utile riferimento dalle stesse norme altre figure professionali come i controllori, i direttori lavori, le compagnie di assicurazione.

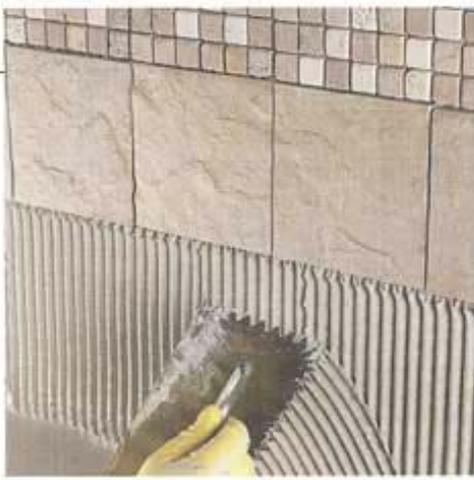
Il comportamento dei fornitori (produttori/distributori)

I produttori che forniscono prodotti sono tenuti, per disposizioni già vigenti oggi, a dichiarare le caratteristiche dei prodotti e le modalità di impiego. Le caratteristiche dei prodotti da dichiarare sono quelle definite nelle norme tecniche citate ed hanno il grande vantaggio di essere identiche in ambito europeo (norme EN) così che la loro influenza supera senz'altro l'Europa. Molte di queste norme sono lo strumento ed il riferimento per comprovare il rispetto di leggi europee (trasferite nella legislazione nazionale) in materia di:

- responsabilità da prodotto difettoso,
- rispondenza a direttive che regolano il mercato unico (come la direttiva prodotti da costruzione),
- rispondenza a direttive sulla sicurezza del prodotto in fase di cantiere e durante la vita utile,
- rispondenza a direttive sulla corretta informazione pubblicitaria,
- rispondenza a direttive sulla limitazione dell'inquinamento ambientale.

Le norme tecniche EN (solitamente un insieme coordinato di norme) per ogni prodotto da costruzione indicano:

- la terminologia,
- i metodi di prova,
- le caratteristiche da dichiarare ed i valori/classi che possono assumere,
- le procedure per i controlli iniziali (all'immissione del prodotto sul mercato) ed in fase di produzione (elenco delle



caratteristiche con relative frequenze di controllo, modalità di registrazione dei risultati, prelievo dei campioni, metodi di prova),

- le informazioni da dare nei documenti commerciali e sulle etichette degli imballaggi in cui è contenuto il prodotto. Come esempio di quanto detto, per gli adesivi la EN 12004 (la cui appendice ZA sarà vincolante ai fini della apposizione del marchio CE), contiene la terminologia e la classificazione identificativa dei tipi esistenti, le caratteristiche da dichiarare, i criteri per l'effettuazione delle prove di tipo iniziali e per i controlli di produzione e la tenuta delle relative registrazioni, le informazioni da dichiarare sui documenti commerciali e sulle etichette degli imballaggi, le prescrizioni rese vincolanti dalla direttiva 89/106 prodotti da costruzione per apporre il marchio CE.

Il comportamento del committente

Il committente può essere una persona "non tecnica" o una persona/organismo "tecnico". Per "tecnico" si intende chi ha la conoscenza e le capacità per esprimere le sue richieste con parametri misurabili e quantificabili. Per "non tecnica" si intende una persona che illustra le sue attese con un linguaggio comune riferendosi solitamente a requisiti di tipo estetico, di durata, di compatibilità con le attività che si svilupperanno nell'ambiente dove sarà posato il rivestimento. In questi casi si deve porre attenzione alle esigenze "inespresse" o che comunque devono essere soddisfatte per rispondere a prescrizioni regolamentari (obbligatorie) e per soddisfare la "regola dell'arte".

Il committente "tecnico" si esprime sviluppando un progetto più o meno completo, più o meno affidabile, più o meno interpretabile.

Si rinvia pertanto alle indicazioni sul progetto per valutare l'adeguatezza e completezza del progetto.

Il committente "non tecnico" si esprime

invece fornendo i dati seguenti che possono/devono essere ottenuti facendogli compilare una scheda già predisposta con domande opportune per capire le sue reali esigenze ed aspettative.

La scheda dovrebbe raccogliere informazioni relative a dati di identificazione del committente stesso (persona, organizzazione); dati di localizzazione dell'opera da eseguire (indirizzo, piano, eventuali diagnosi preliminari per limitare i rifacimenti, ecc.); dati dimensionali delle varie superfici da rivestire (e totali); dati di conformazione ed estetica del rivestimento (eventuali bordi, colore, finiture superficiali); dati sull'attività principale prevista nell'ambiente (con note su sollecitazioni meccaniche, contatto con acqua, ecc.); dati sul supporto, nuovo o esistente, ed altri elementi che interferiscono (ad esempio tubi di acqua calda, ecc.); dati sulla stagione di posa e durata prevista per la esecuzione della posa.

Il comportamento del responsabile delle scelte progettuali

Si usa la definizione "responsabile delle scelte progettuali" per indicare che in molti casi (soprattutto per piccoli interventi) non vi è un progettista né un progetto documentato. Anche per interventi più grandi le scelte progettuali sono suddivise tra il "progettista" ed il posatore.

Solitamente il progettista effettua le scelte relative ai contenuti del progetto preliminare e definitivo (per definitivo si intende la definizione della sequenza degli strati che costituiscono il pacchetto di pavimentazione) con indicazioni solitamente "aperte" per quanto riguarda l'adesivo.

Il posatore effettua alcune scelte come il tipo di adesivo da impiegare, la preparazione del supporto (eventuali primer), gli strumenti e tecniche di posa.

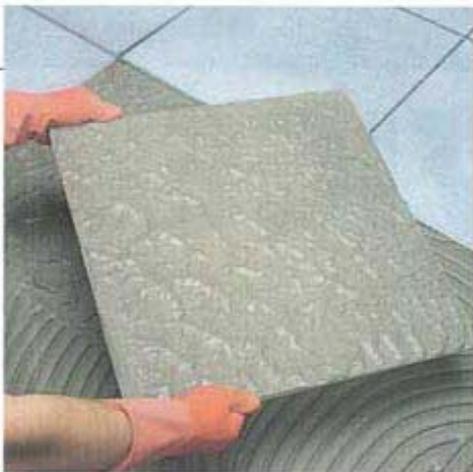
Nella fase di progetto preliminare (per piccoli interventi o rifacimenti non esiste un "progetto preliminare", queste scelte vengono conglobate ed espresse nel progetto definitivo) solitamente si definiscono il materiale di rivestimento da impiegare, le esigenze che determinano la successiva definizione del pacchetto di strati che costituiscono la pavimentazione, parte delle interfacce con altre parti funzionali dell'edificio (con il supporto, con parti di impianti, ecc.).

Nel caso di interventi sul costruito viene individuata la situazione esistente del rivestimento e del suo supporto e le esigenze funzionali in relazione alla futura destinazione d'uso dell'ambiente in cui si realizza il rivestimento (o condizioni climatiche se all'esterno). Viene definito il costo di massima, mediante valutazioni e confronti con casi analoghi, basandolo sulle quantità globali, le condizioni di cantiere, ecc.

La fase di progetto definitivo comprende i seguenti punti:

- si determina la sequenza degli strati che costituiscono il pacchetto di pavimentazione;





- si calcolano/dimensionano gli strati in relazione alle sollecitazioni a cui devono rispondere (ad esempio meccaniche, termiche, acustiche, ecc.);
- si verifica inoltre se il pacchetto degli strati, nel suo insieme, risponde alle prestazioni globali richieste alla pavimentazione per quanto attiene l'interfaccia con le altre parti dell'opera o le esigenze di manutenzione e pulizia;
- si definisce il computo metrico estimativo basato sulle quantità, tipi di materiali e prodotti effettivamente scelti, lo si correla con i prezzi unitari e si calcolano i totali parziali e generali includendo quanto dovuto a servizi complementari per autorizzazioni, trasporto di macerie, ecc.;
- si definiscono i tempi di esecuzione e le condizioni preliminari all'apertura del cantiere per la realizzazione del rivestimento. Nei piccoli interventi quanto qui sopra elencato può essere un tutt'uno con il progetto esecutivo. E' opportuno che sia eseguita almeno una rappresentazione in pianta ed una sezione del pacchetto di pavimentazione da eseguire e che per ogni strato principale del pacchetto siano indicate le caratteristiche/prestazioni che lo connotano. La fase di progetto esecutivo comprende i seguenti punti:
- si definiscono tutte le caratteristiche dei materiali costituenti i singoli strati (anche quelli non espressamente calcolati/dimensionati nel progetto definitivo, quali ad esempio i primer, livellanti, ecc.) con riferimento primario alle norme ed indicando opportunamente i tipi/classi tra quelli normati;
- si riportano le suddette caratteristiche nel capitolato speciale con opportuni rinvii ai disegni di progetto;
- si definiscono, con rinvio a manuali d'uso forniti dai produttori e/o norme o altre pubblicazioni, le sequenze di posa in opera, le attrezzature, le condizioni climatiche limite, ecc.;
- si confermano le quantità ed i relativi prezzi unitari e totali del computo metrico estimativo ed i costi accessori per lavorazioni quali demolizioni, operazioni preliminari, scarico rifiuti, ecc.;
- si confermano il periodo ed i tempi di esecuzione (cronoprogramma);
- si definiscono altri aspetti contrattuali quali la fornitura di energia e acqua, l'accesso al cantiere per materiali e persone, la sicurezza, criteri di effettuazione dei controlli: prima della presa in carico dell'area di cantiere, sui prodotti, durante l'esecuzione e al termine dei lavori;
- si definiscono tempi e modalità di pagamento con riferimento agli stati avanzamento lavori, esito positivo dei controlli.

Il comportamento del gestore dell'opera

I gestori delle opere si possono dividere in due categorie. La prima è formata da gestori di piccole proprietà, solitamente abitazioni, locali commerciali, ecc. ai quali si dovrebbero consegnare al termine della posa alcune istruzioni per la pulizia

ordinaria ed indicazioni sulle caratteristiche dei materiali impiegati. Queste indicazioni sono solitamente contenute in un foglio che può essere inserito nella scatola che contiene le piastrelle o riportate sulla confezione degli adesivi. Comunque, poiché queste istruzioni solitamente vanno perse già in cantiere, è sempre opportuno che il posatore faccia un suo fascioletto al quale allega le schede tecniche tipo dei prodotti.

Questo comportamento non sembra eccessivo, perché di fatto è quanto richiesto da alcune leggi già in vigore da tempo ed è inoltre la premessa per evitare le contestazioni e le relative spese dirette ed indirette. Una forma semplificata è quella di lasciare la descrizione del materiale sul documento di esecuzione lavori con invito a contattare il produttore per le informazioni necessarie.

La seconda categoria è composta da gestori "responsabilizzati" di proprietà, ossia gli amministratori di condomini e i responsabili interni o esterni di beni immobiliari. Hanno un comportamento solitamente più professionale, almeno per quanto richiesto dalle responsabilità di legge e dai vincoli di gestione tecnico economica.

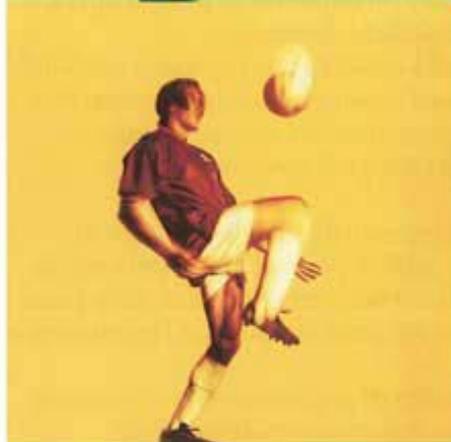
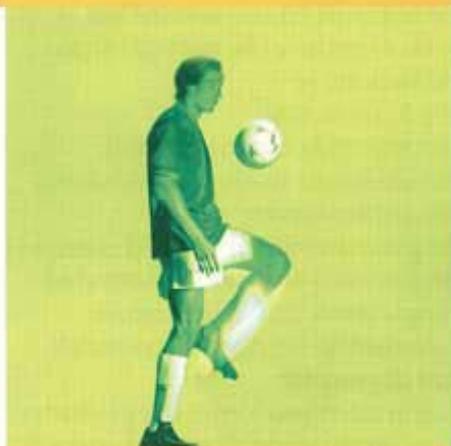
Le informazioni da fornire possono essere simili a quelle sopra descritte per i "piccoli" oppure possono necessitare di veri programmi di gestione e manutenzione. In questo secondo caso è opportuno che il produttore/venditore, e anche il posatore, forniscano le informazioni necessarie per costruire le schede di manutenzione con i dati significativi sulla conformazione del rivestimento e sulle caratteristiche dei materiali e con consigli sulle azioni periodiche da effettuare o su quelle da evitare. Anche in tal caso l'obiettivo è quello di evitare nel tempo contestazioni o comunque immagini negative sul prodotto e/o sull'operato di chi ha realizzato il rivestimento.

SPORT SERVICE A



Si è concluso il 15 aprile a Lisbona il World Congress on Science and Football, il congresso più importante del mondo nell'ambito della ricerca applicata al calcio, durante il quale F.M. Impellizzeri ed E. Rampinini hanno presentato i risultati di ricerche svolte dallo Sport Service Mapei. Nel 1988 il fisiologo Thomas Reilly organizzò a Londra per la prima volta un congresso internazionale in cui furono invitati tutti i più importanti ricercatori che operavano nell'ambito del football (calcio, rugby, football americano, etc.). Dopo il successo di quella prima edizione, si pensò di ripetere l'evento a cadenza regolare per fare il punto ogni 4 anni dello stato della ricerca applicata al football.

A partire dal 1991, ogni quadriennio, questo evento viene organizzato in diverse località del mondo: la penultima edizione si è svolta in Australia a Sydney (1999) e la prossima sarà in Turchia (2007). Per partecipare e presentare gli studi a questo o, in generale, a tutti i congressi internazionali, occorre sottomettere

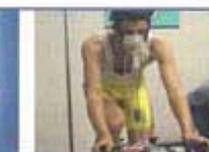
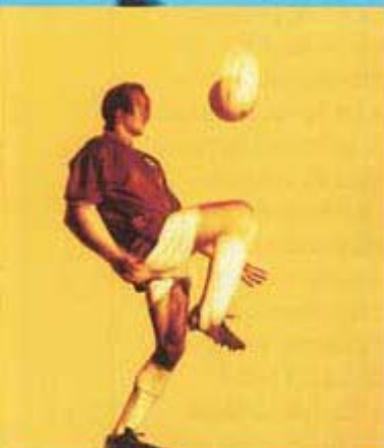


CONGRESSO

all'organizzazione un riassunto dei lavori che si vogliono presentare. Un comitato scientifico valuta, in seguito, se i contenuti e la metodologia delle ricerche sono tali da poter essere presentati in ambito internazionale, riservandosi il diritto di rifiutare i lavori non ritenuti "meritevoli". Dopo aver effettuato questi passaggi, il comitato scientifico del 5° WCSF ha accettato i lavori dei membri dello staff dello Sport Service Mapei, che hanno avuto la possibilità di presentare in questa importante occasione due studi effettuati sul

calcio. Le ricerche presentate riguardano l'uso della frequenza cardiaca nel monitorare gli allenamenti con e senza la palla nel calcio (E. Rampinini, A. Sassi, F.M. Impellizzeri: "Reliability of heart rate recorded during soccer training") e la validazione di un test non massimale per misurare le capacità aerobiche nei calciatori (F.M. Impellizzeri, P. Mognoni, A. Sassi, E. Rampinini: "Validity of a submaximal running test to evaluate aerobic fitness in soccer players"). Lo studio di E. Rampinini dimostra come anche nel calcio (nel ciclismo è ormai una prassi consolidata) il controllo della frequenza cardiaca rivesta un ruolo molto importante, dato che senza il monitoraggio continuo, specialmente delle esercitazioni con la palla, non si può conoscere con precisione l'intensità dello stimolo allenante imposto ai giocatori (in una sessione un calciatore lavora molto intensamente e in quella dopo lavora ad una intensità moderata). La ricerca presentata da F. Impellizzeri valida scientificamente un test di valutazione sul campo, che prevede sforzi non massimali, quindi facilmente proponibile ai calciatori anche vicino ad incontri importanti e, soprattutto, non influenzabile dall'effetto della motivazione. Questa ricerca dello Sport Service Mapei è il primo riconoscimento internazionale al test proposto nel 1993 dal prof. P. Mognoni, uno dei ricercatori del CNR che ha maggiormente contribuito in Italia alla crescita della cultura scientifica in ambito sportivo. Nonostante in Italia il calcio sia lo sport nazionale, oltre ai rappresentanti del Centro di Castellanza erano presenti pochi altri connazionali. Tra questi, alcuni

ricercatori della Facoltà di Scienze Motorie dell'Università di Roma, unica Istituzione pubblica presente. La sola squadra professionistica italiana che ha inviato un suo preparatore atletico con il compito di videoregistrare le presentazioni, è stata la Juventus, che si conferma la struttura calcistica professionistica di casa nostra più sensibile a queste tematiche. Non bisogna dimenticare, inoltre, che il consulente scientifico della Juventus è J. Bangsbo, il fisiologo oggi considerato come massimo esponente internazionale delle scienze applicate al calcio. Altri club professionistici protagonisti al WCSF sono stati il West Ham, il Chelsea (rappresentato da Roberto Sassi), il Valencia, lo Sporting di Lisbona e squadre nazionali come il Brasile, la Svezia, il Giappone, gli Stati Uniti, etc. In questo panorama nazionale ed internazionale, la presenza dello Sport Service Mapei assume un'importanza ancor più rilevante. Durante lo svolgimento del congresso si sono creati interscambi culturali che hanno gettato le basi per collaborazioni scientifiche future. Ad esempio, uno studio sulla determinazione del carico di allenamento nel calcio che, su invito degli organizzatori, è stato presentato dallo Sport Service Mapei al successivo congresso dell'European College of Sport Science, ha suscitato l'interesse di alcuni fisiologi dell'Università di Sidney, con i quali a Lisbona si è discusso su una probabile collaborazione per presentare il lavoro su una rivista scientifica internazionale. A conclusione di questa esperienza, non si può che essere soddisfatti del ruolo e della considerazione che di anno in anno il Centro ricerche per lo sport della Mapei sta assumendo anche a livello internazionale: per un centro nato in funzione del ciclismo, essere stati tra i pochi rappresentanti italiani ad un congresso sul calcio conferma la solidità dell'approccio scientifico a tutto ciò che riguarda attività fisica e sport da parte della nostra struttura di Castellanza.



LA VALUTAZIONE DEL CALCIATORE

di Aldo Sassi

Accuratezza, utilità pratica per supportare ed indirizzare le scelte dello staff, ridotta interferenza dell'esecuzione dei test sul normale programma di allenamento: sono queste le caratteristiche principali che dovrebbero contraddistinguere la valutazione della condizione fisica del calciatore di elevato livello. Caratteristiche spesso disattese. In ragione di ciò, la valutazione atletica sovente avviene in maniera sporadica, disorganica rispetto alle esigenze dello staff ed alle potenzialità che in essa sono insite, al punto da venire a volte considerata alla stregua di una procedura finalizzata a soddisfare delle semplici curiosità, anziché un razionale ed insostituibile strumento di verifica e rimodulazione dei carichi di lavoro, quale effettivamente viene ad essere se attuata in maniera appropriata.

Sport Service Mapei è un laboratorio nato per supportare l'alta prestazione sportiva, noto ai più per essere stato attivo fin dal 1996 a supporto del team ciclistico professionistico Mapei - numero uno al mondo per un decennio - ma da diversi anni impegnato in attività di ricerca e di assistenza anche in altre discipline sportive individuali e di squadra, tra le quali il calcio. Proprio sul calcio il centro ha prodotto in questi anni alcuni lavori sperimentali finalizzati al controllo ed alla valutazione dell'allenamento, alcuni dei quali presentati al World Congress on Science and Football di Lisbona (11-15 aprile 2003). La lunga e abituale frequentazione di atleti ai vertici dello sport internazionale ha indirizzato il lavoro della struttura di Castellanza (a metà strada tra Milano e Malpensa) verso lo sviluppo di protocolli di valutazione che realmente tenessero conto dei citati presupposti di precisione, utilità pratica e rapidità di esecuzione, specificamente



destinati ai calciatori. La batteria di test che ne è scaturita si basa su tre elementi portanti: 1) la valutazione della componente aerobica attraverso il protocollo di Mognoni (corsa di 6 minuti a velocità costante di 13,5 km/ora, con registrazione della frequenza cardiaca e determinazione finale

della concentrazione dell'acido lattico); 2) la valutazione delle capacità di accelerazione e della rapidità, effettuata mediante sprint ripetuti sui 30 metri, durante i quali il tempo viene rilevato mediante sistema di fotocellule e l'accelerazione è determinata, istante per istante, con sistema radar; 3) la valutazione della forza dinamica degli arti inferiori, mediante salti verticali su pedana dinamometrica da campo; la procedura utilizzata - che è il risultato di uno specifico progetto di ricerca condotto nei laboratori di Sport Service Mapei - consente anche la valutazione delle eventuali asimmetrie nelle spinte degli arti inferiori, apparse in alcuni casi elemento predisponente l'insorgenza di infortuni muscolari nel calciatore. Questa ben collaudata batteria di valutazione, di norma effettuata sul campo di allenamento della squadra, consente di ottenere in sole 4 ore una valida e completa immagine della condizione atletica di tutta la formazione. Al di là della rapidità delle procedure di test adottate, l'insieme delle valutazioni ha il pregio di essere contraddistinto da un buon livello di accettazione da parte degli atleti, cosa che non è facile riscontrare in molti altri protocolli e che consente di ottenere più facilmente un buon livello motivazionale nell'esecuzione delle prove. L'accuratezza delle misure è garantita dall'utilizzazione sul campo di strumentazioni il cui uso era fino a qualche anno fa prerogativa del laboratorio: la pedana dinamometrica, ad esempio, consente di rilevare direttamente i principali parametri che caratterizzano l'applicazione della forza nei salti verticali, oltrepassando le limitazioni insite nell'utilizzo delle semplici "pedane a contatti". Ma una delle principali particolarità di questo programma di valutazione è la tipologia dell'approccio statistico al trattamento dei dati, che consente - unitamente alla maggiore precisione delle misure - di avere indicazioni più attendibili e precise sulle eventuali modificazioni di condizione fisica riscontrate nei singoli calciatori e nella squadra. Sport Service Mapei mette dunque a disposizione delle formazioni calcistiche un approccio alla valutazione rigorosamente accurato e scientifico, improntato al tempo stesso ad una grande utilità pratica: un servizio altamente specialistico, utile a supportare nella routine il lavoro degli allenatori e dei preparatori atletici più esigenti.

MAPEI A SASSUOLO, ciclismo per tutti

di Alessandro Brambilla



Il ciclismo dal gennaio 2003 non è più il principale veicolo di comunicazione per il Gruppo Mapei. Tuttavia alcune iniziative di marketing del Gruppo Mapei continuano ad avere il ciclismo in bella evidenza. Tra queste la Settimana Internazionale di Coppi & Bartali, corsa a tappe per professionisti che ha avuto svolgimento sulle strade dell'Emilia Romagna. Per due giorni la "Coppi & Bartali" ha fatto tappa a Sassuolo, importante centro del modenese, autentica capitale mondiale nella produzione di ceramiche. Quelle di Sassuolo, sponsorizzate dalla Mapei, sono state le ultime due tappe della Coppi & Bartali 2003. Sabato 29 marzo i corridori hanno disputato la Sassuolo - Prignano (188 chilometri); ha vinto Luca Mazzanti precedendo l'elvetico Steve Zampieri. Il giorno successivo, nella Castellarano - Sassuolo, 162 chilometri con arrivo in via Palestro, si è imposto il moldavo Ruslan Ivanov davanti a Marco Pantani. In classifica finale ha trionfato Mirko Celestino con 5" su Francesco Casagrande. Sassuolo non si è accontentata di ospitare per due giorni i "prof": domenica 30 marzo per i sassolesi è stata una full immersion nel ciclismo. Nelle ore mattutine, infatti, c'è stata la Mediofondi della Ceramica. Gli amatori specialisti hanno percorso 80 chilometri sullo stesso finale di tappa dei professionisti. Daniele De Beni ha vinto la Medio Fondo. Si è altresì svolta una cicloturistica (pedalata non competitiva per amatori). Per Sassuolo è stata una giornata da grandi numeri, con 160

le iniziative collaterali alla Coppi & Bartali. A Sassuolo la multinazionale della chimica per edilizia ha un importante deposito gestito da Carlo Rossi. Sempre a Sassuolo c'è la Cercol, importante acquisizione del Gruppo Mapei. Nella vicina Fiorano ha inoltre sede l'Adesital, da 4 anni nella holding Mapei. Sergio Sassi, presidente dell'Assopiastrelle, ha partecipato alla premiazione della Coppi & Bartali.

In un recente passato la Mapei aveva già fornito supporti alle manifestazioni di ciclismo a Sassuolo. Ad esempio nel 1999 ha sostenuto il comitato di tappa del Giro d'Italia. Ha invece sponsorizzato i Campionati italiani di ciclocross nel 2002. Mapei favorisce il connubio tra le due discipline sportive più popolari. E' infatti sponsor del Sassuolo, squadra di calcio della città impegnata nel girone B della Serie C2 (stagione 2002-2003).

La Settimana di Coppi & Bartali è stata organizzata dal Gruppo Sportivo Emilia di patron Adriano Amici, ex corridore professionista. Dal 2001 è intitolata ai due campioni più popolari del ciclismo mondiale. Nel 2000 (si trattava del "Memorial Cecchi Gori") la gara di Amici venne vinta da Paolo Bettini, alfiere Mapei-Quick Step.

"Le due giornate della Coppi & Bartali con manifestazioni amatoriali collaterali - ha dichiarato Carla Ghirardini, Assessore allo Sport di Sassuolo - hanno costituito un grande momento di promozione dello sport e del nostro territorio. L'applauso che il pubblico del rettilineo d'arrivo di via Palestro ha tributato ai protagonisti vorrei girarlo alla Mapei. Il mio personale grazie è poca cosa rispetto all'entusiasmo e alla partecipazione possibile grazie alla disponibilità della Mapei."

Carla Ghirardini e il comitato di tappa di Sassuolo hanno organizzato manifestazioni collaterali alla "due giorni della bici", tra le quali un concorso di disegni per studenti. Logicamente col ciclismo quale tema.

professionisti, 570 partenti alla Medio Fondo, 830 cicloturisti. Migliaia di appassionati hanno fatto da ala ai ciclisti. Mapei non poteva trascurare la "due giorni", sostenendo anche



SPORT SERVICE MAPEI

A Rimini, dal 6 al 15 giugno 2003, per conoscere i nuovi trend del movimento.

di Aldo Sassi



Coi suoi 400.000 visitatori ogni anno, è senza dubbio uno degli eventi fieristici più importanti d'Italia. Ma più che una fiera, questo appuntamento che si svolge a Rimini ormai da 15 anni è un vero e proprio festival - come recita la denominazione - dove non mancano personaggi famosi e dove, soprattutto, ogni visitatore diviene protagonista: è probabilmente impossibile trovare un altro evento fieristico al mondo durante il quale vi sia un'interazione così elevata tra pubblico ed exhibitors. Un festival al quale presentarsi in tuta e scarpe da ginnastica (...decidendo di acquistarle sul posto, si rischierebbe di rimanere frastornati dalla varietà della scelta), possibilmente con un minimo di allenamento, altrimenti si rischia di ritrovarsi sfiniti prima ancora di

avere incominciato la giornata. Qui le macchine da palestra più innovative non si guardano semplicemente: si provano, volendo anche per la durata di un intero allenamento gestito da un affermato istruttore o impostato in piena autonomia.

Ma bisogna fare molta attenzione alla gestione delle energie, se si vuole cogliere l'occasione per cimentarsi poi in una coinvolgente lezione di Spinning (nei diversi padiglioni ci sono 4000 bikes, e in alcuni momenti è persino difficile trovarne una libera!) nella quale il palpitare miocardico sembra fondersi (e in qualche momento entrare in risonanza...) con le vibrazioni dei decibel della musica, mentre il presenter (così si chiama "l'istruttore") conduce dal palco

1. Panoramica dello stand.

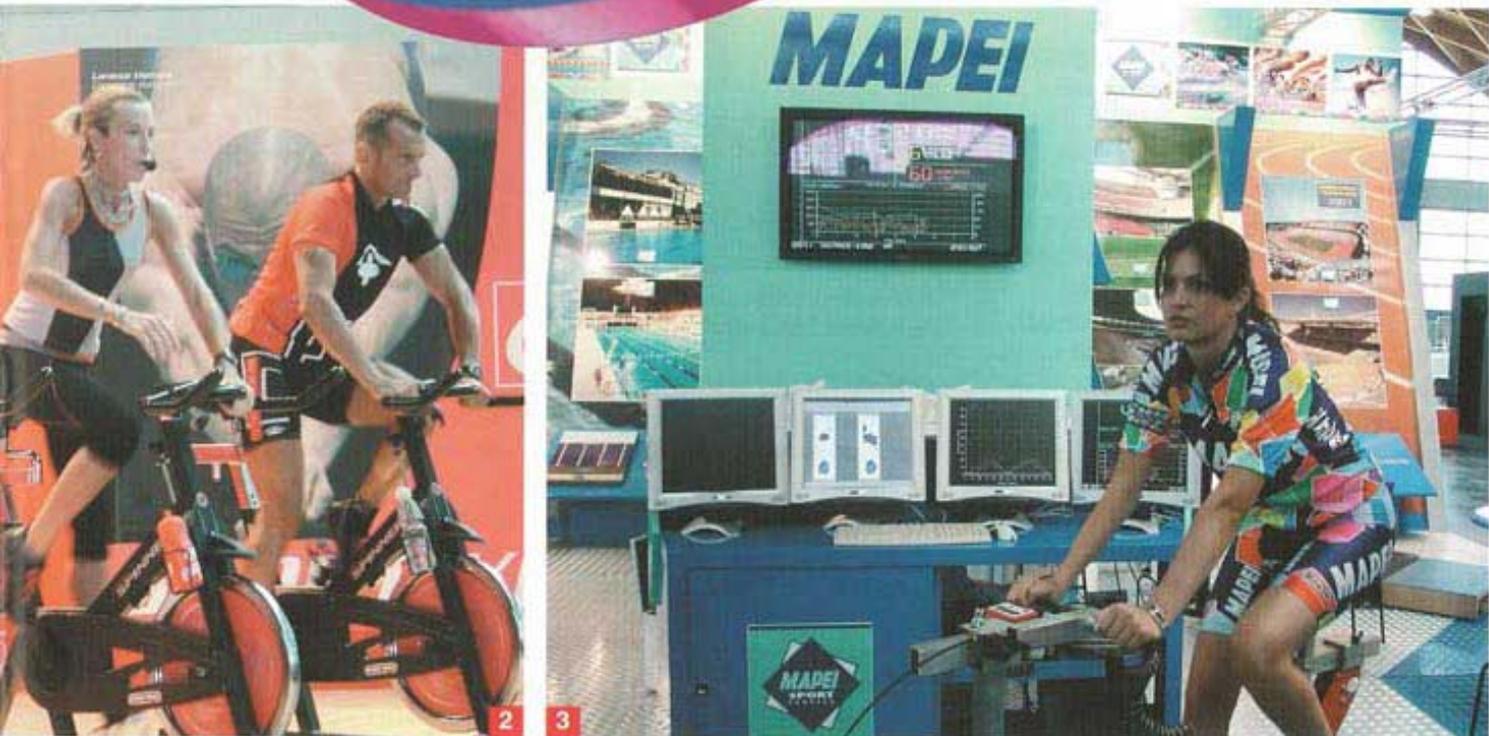
2. Durante il Festival del Fitness lo Sport Service Mapei ha effettuato rilevazioni fisiologiche finalizzate alla migliore definizione dell'impegno cardiocircolatorio richiesto nello Spinning e a quantificare il corrispondente dispendio energetico. Il "presenter" di sinistra respira attraverso un'apposita maschera che consente di quantificare l'ossigeno consumato respiro per respiro. I dati raccolti vengono trasmessi in telemetria ad un computer che li memorizza e ne consente la successiva rielaborazione.



AL

15° Festival del fitness

RIMINI



3. Interno dello stand allestito da Sport Service Mapei al Festival del Fitness. In primo piano i monitor dei computer utilizzati per il controllo elettronico del cicloergometro, per la misurazione del consumo di ossigeno, per la rilevazione delle pressioni plantari durante la pedalata e per la verifica dell'asimmetria delle spinte pedalando; quest'ultima analisi ha suscitato grande interesse tra i praticanti dello Spinning. Sullo sfondo dello stand, le immagini dei più prestigiosi impianti sportivi al mondo realizzati con prodotti Mapei.

la lezione come una star (con tanto di immancabile microfono modello Ambra). Dal palco è condotta anche la lezione di fitness, tradizionale che sia o nelle sue più svariate e fantasiose derivazioni (ultima novità dagli States, il cardio-streep: quando si dice che c'è chi non sa più cosa inventare...). Per non parlare delle possibilità offerte dalle derivazioni degli sport da combattimento: sul ring si alternano con disinvoltura dalle fanciulle in bikini, ai combattenti in mimetica. E si può fare sport anche all'aperto, sulla "spiaggia" del Festival, dove il beachvolley la fa da padrone. Troppo caldo? Non c'è che da tuffarsi in acqua e provare una lezione di spin-bike o di acqua-gym, immersi in piscina fino al collo. Disorientati da un simile contesto?

Non c'è problema: si può sempre ripiegare su un'attività sportiva più tradizionale, come una prova di immersione con le bombole o qualche swing nell'area dedicata al golf o, ancora, un test per valutare la propria efficienza nella corsa all'Accademia del Running. Per il ripristino idrosalino ed energetico, poi, non c'è che l'imbarazzo della scelta: bevande di ogni tipo, barrette, piatti bell'e pronti per seguire la dieta a zona o ... zona dei formaggi svizzeri. Più di così...

A questo punto la domanda è d'obbligo: cosa c'entra uno stand allestito da Sport Service Mapei con tutto questo? C'entra. Questo variegato mondo delle palestre sta vivendo una profonda trasformazione. Il trend è "meno muscoli, più



divertimento", ed è ben sintetizzato dal commento alle lezioni di Beto (uno degli istruttori americani che fa tendenza nel mondo del fitness): "it's not a work out, it's a party". La palestra, dunque, sempre meno luogo di semplice muscolazione (sintomatica la drastica riduzione della presenza di iper-muscolati body builders a Rimini), sempre più luogo di aggregazione e divertimento: per questo motivo, ormai quasi tutto (non solo spin-bike e lezioni di fitness, ma persino la corsa sul tappeto o gli esercizi alle macchine di muscolazione) viene proposto sui ritmi di una coinvolgente base musicale, con attenzione sempre maggiore agli aspetti coreografici. Questo potrebbe (e nelle intenzioni di molti, vorrebbe) far assomigliare sempre più la palestra ad una "discoteca salutistica"; ma ciò rischia da un lato di far passare eccessivamente in second'ordine le finalità salutistiche stesse e dall'altro di determinare un certo disagio in chi vuole praticare attività fisica, ma, per età o per formazione mentale, non si sente a proprio agio o comunque non si sente attratto da questo modello di aggregazione sociale. Il mondo del fitness è ben conscio del delicato equilibrio che deve ricercare e consolidare tra divertimento e salute. Per questo è alla ricerca di collaborazioni con strutture pubbliche e private operanti su basi scientifiche in ambito medico-sportivo e salutistico, al fine di acquisire elementi che diano credibilità alle nuove modalità di attività fisica che si vanno sviluppando. La presenza a Rimini con uno stand ha evidenziato che Sport Service Mapei è una delle strutture private che gode di maggiore credibilità a questo proposito, sia per il riconosciuto rigore scientifico che ne caratterizza l'operatività, sia per la straordinaria credibilità che il marchio Mapei ha saputo costruire attorno ad ogni sua attività. L'interesse apparentemente basso nei primi giorni di fiera per la nostra area espositiva (nella quale venivano presentate alcune metodologie di lavoro del nostro centro di Castellanza) cresceva progressivamente nei giorni successivi, come dimostrano le decine e decine di test di salto su pedana dinamometrica, di



4. Una parte dello stand è stata riservata a Il Sole 24 Ore Sport, nostro media partner per l'occasione.

analisi biomeccaniche della pedalata effettuate su praticanti di spin-bike e di determinazioni della percentuale di grasso corporeo eseguite sul pubblico più disparato in ciascuna delle ultime giornate del periodo fieristico; interesse evidenziato anche dalle numerose richieste di portare nel mondo delle palestre le nostre esperienze maturate nel mondo dello sport. Questa positiva presa di contatto è stata resa possibile anche da alcune importanti collaborazioni concretizzate in vista dell'evento: come l'apporto tecnico-scientifico alla realizzazione dell'Accademia del Running, nella quale abbiamo svolto e coordinato test di corsa a piedi su un centinaio di podisti; o come l'importante collaborazione con Why be Normal, azienda che con oltre 40.000 bikes gestisce in Italia il mondo dello Spinning: per loro abbiamo svolto nel nostro laboratorio una specifica ricerca di tipo biomeccanico e, durante il Festival del Fitness, una serie di rilievi di tipo energetico, i cui risultati sono stati illustrati ai migliori presenters nel corso di un apposito seminario. I nostri dati sperimentali hanno destato notevole interesse, anche perché supportano la validità salutistica dello Spinning - quando praticato correttamente - secondo i criteri dell'American College of Sports Medicine, uno dei più autorevoli comitati mondiali che si occupa di salute ed efficienza fisica. La presenza di Sport Service Mapei al 15° Festival del Fitness, dunque, è stata un'esperienza estremamente utile, sia per lo sviluppo delle attività future del centro di Castellanza, sia per comprendere i trend di questo mondo che, come detto, si muove in questo momento con disinvoltura verso forme di attività fisica che privilegino l'aggregazione ed il divertimento: tendenze delle quali deve senza dubbio tener conto anche chi si occupa della progettazione degli spazi e della scelta di materiali e finiture, sempre più lontani dallo stereotipo della palestra tradizionale. 



UN MUSEO E UN LIBRO PER BALDINI



America chiunque fa qualcosa che meriti di essere ricordato ne mette in piedi uno. Così insieme all'inseparabile moglie Wanda ha iniziato a riordinare casa. "Avevo un po' di materiale da parte, altro me l'hanno gentilmente procurato parenti e conoscenti: è nato tutto così", racconta

Baldini. E ora dalle sei di sera in poi il Museo Ercole Baldini aprirà i battenti all'insegna della familiarità e della buona cucina romagnola.

Hanno assistito all'inaugurazione centinaia di persone, tra cui tantissimi campioni del passato, da Gimondi, Adorni, Pambianco fino a Basso, Dancelli, Motta, Moser e Ballerini e tanti altri tra cui il Presidente federale Giancarlo Ceruti, ma anche massaggiatori e vari addetti ai lavori. Inoltre erano presenti politici e amministratori, come il sindaco Rusticali e il Presidente del Consiglio comunale Gabriele Zelli.

La nuova edizione del libro dedicato alla storia di Baldini è composta da 170 pagine a colori e in bianco e nero con 110 foto di repertorio e una tiratura di 10mila copie. Il costo di ogni copia è di 30 euro. La prima uscita di un paio di anni fa aveva suscitato un grande interesse e riscosso un buon successo di pubblico e critica. Così si è pensato di ripresentare l'opera anche per la finalità benefica che ricopre; infatti il ricavato degli spazi pubblicitari e delle vendite del libro sarà interamente devoluto alla Croce Rossa italiana, sezione femminile di Forlì. L'agenzia Matitegiovanotte si è messa in moto per cercare contributi in favore dell'iniziativa benefica.

Chi volesse partecipare può contattare il numero 0543 705377, oppure 0543 700207.

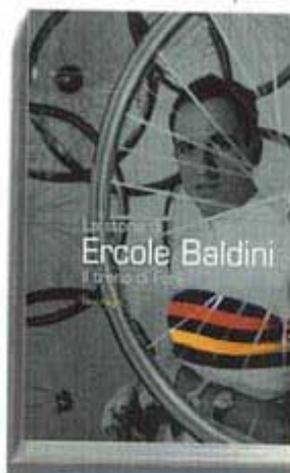
In occasione dell'inaugurazione del museo intitolato al "Treno di Forlì" le Poste Italiane hanno approntato un annullo filatelico figurato. In concomitanza con l'evento presso il servizio temporaneo delle Poste in via Bologna, a Forlì, è stato distribuito lo speciale annullo. Era anche possibile acquistare francobolli, folder tematici, opere monografiche, libri del francobollo, tessere filateliche e altri prodotti recentemente emessi dalla Divisione filatelia delle Poste Italiane.

Lo scorso 20 maggio, proprio nel giorno in cui il Giro d'Italia 2003 ha fatto tappa in Romagna con l'arrivo a Faenza, nella vicina Forlì è stato inaugurato il museo intitolato al "Treno di Forlì" Ercole Baldini, che raccoglie i successi, le curiosità, le storie del più grande campione dello sport che la città possa annoverare.

Nel pomeriggio della stessa giornata è stata presentata la seconda edizione del libro "La storia di Ercole Baldini" scritto da Rino Negri e Maurizio Ricci, i cui proventi andranno a favore della Croce Rossa e cui ha collaborato anche Mapei.

Ercole Baldini, 70 anni compiuti in gennaio, nella sua carriera ciclistica ha vinto quasi tutto; ora ha deciso di destinare a museo una parte della sua casa di Villanova di Forlì: un'unica grande galleria in cui si trovano dai primi successi ottenuti agli albori della carriera, come il terzo posto agli italiani allievi nel 1951, fino ai successi più eclatanti del '56, quando si aggiudicò il titolo mondiale nell'inseguimento a Copenaghen e l'oro olimpico in Australia, e del '58 quando conquistò la maglia rosa del Giro e quella tricolore ai mondiali di Reims. Oltre alle maglie che testimoniano questi successi si trovano nel museo biciclette, attrezzature varie, fotografie e ritagli di giornale.

Entrando si respira aria di ciclismo antico, di grandi duelli e imprese d'altri tempi. L'idea di un museo gliel'hanno data i suoi figli Rizio e Anselmo, vedendo che in



...e ora le referenze Mapei sono anche cliccabili!!!



clicca qui

English Version



Home MAPEI Group Chi siamo Prodotti Referenze Archivio news

Referenze

Ricerca LIBERA

CERCA

Ricerca per PRODOTTO

KERABOND

Ricerca per NAZIONE

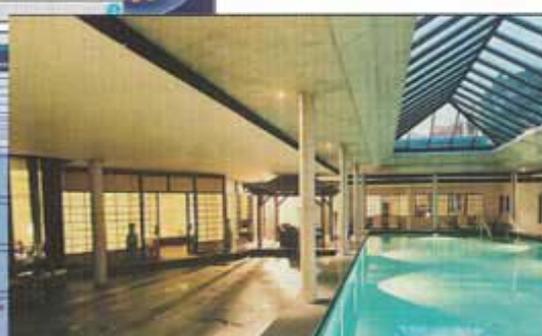
Ricerca per TIPO DI APPLICAZIONE

Dopo mesi di collaudo e sperimentazione sono finalmente disponibili le referenze Mapei sul sito ufficiale www.mapei.com.

Quello che oggi è possibile vedere su internet comunque è solo un "assaggio" di quello che sarà in rete in un prossimo futuro: per ora infatti sono visitabili sul sito circa 500 referenze provenienti da tutto il mondo, tutte selezionabili e scaricabili. Quello che permette al progetto on line di Mapei di essere particolare e realmente utile per chi visita il nostro sito, è l'aggiornamento continuo della sezione referenze che viene arricchita con l'inserimento di nuovi cantieri e progetti, nazionali e internazionali, tutti i giorni. Inoltre i sistemi di ricerca ed efficacia visiva delle referenze on line sono continuamente migliorati per rispondere alle esigenze crescenti dei nostri clienti e visitatori virtuali. Accedere al servizio è semplicissimo: basta entrare nel sito www.mapei.com e selezionare la sezione referenze indicata tra i menù di scelta a sinistra ed il gioco è fatto! Potrete così scegliere che tipo di referenze Mapei volete visitare, inserendo negli appositi spazi il criterio di ricerca che preferite, oppure potrete visualizzare le referenze scegliendo ad esempio il prodotto Mapei che più vi interessa selezionandolo dalla lista presente a fianco alla voce prodotto. Potrete consultare le referenze Mapei di una precisa nazione o di un particolare anno, oppure navigare tra le realizzazioni disponibili scrivendo un qualsiasi riferimento vi venga in mente relativo ad un progetto ed inserirlo nel campo denominato ricerca libera. Quest'ultima voce è davvero un'innovazione

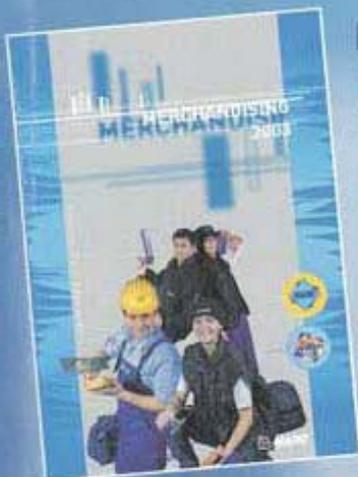
perché, se di un lavoro Mapei non vi ricordaste la città, il nome del cantiere o altri particolari importanti che identificano immediatamente la referenza, potete sempre risalire al progetto scrivendo anche altri dettagli come l'anno di intervento, il nome del committente, quello del direttore lavori e così via... Arriverete così a vedere le foto di lavorazione, le foto del finito, l'articolo di Realtà Mapei sul quale compare la referenza e i prodotti utilizzati con le relative schede tecniche scaricabili in più lingue.

Il progetto globale è per ora disponibile in inglese e in italiano ma contiamo di avere la versione tedesca, francese e spagnola entro la fine del 2003.



Mapei cita come proprie referenze solo quei cantieri dove i prodotti Mapei sono stati veramente protagonisti nella realizzazione del progetto.

Speciale Merchandising



Il catalogo merchandising di Mapei propone prodotti dedicati al mondo del lavoro, come tute e attrezzi, ed altri pensati per il tempo libero e lo sport (ciclismo e non solo).

Tutti i prodotti contenuti nel catalogo merchandising, riservato esclusivamente ai clienti Mapei, possono essere ordinati sia per e-mail, sia per fax utilizzando l'apposito modulo che si trova all'interno del catalogo stesso.

Per i lettori che non fossero clienti, i prodotti del merchandising sono reperibili presso i rivenditori di materiali edili della loro zona.

Per maggiori informazioni, contattare il responsabile di zona Mapei o l'Ufficio Marketing, e-mail: marketing@mapei.it, fax: 02-37673.214.

Dal catalogo merchandising abbiamo selezionato per voi in questa pagina, tra i tanti, alcuni capi dell'abbigliamento per il cantiere e il punto vendita.

Mapei per il cantiere e il punto vendita



Felpa blu
Blue sweatshirt

Taglia Size

S M L XL XXL

T-shirt bianca
White T-shirt

Taglia Size

S M L XL XXL

Cappellino
con visiera
Baseball cap

Salopette blu
da lavoro
Blue working overalls

Taglia Size

46 48 50 52 54 56 58 60

Gilet trapuntato Husky
Quilted vest Husky

Taglia Size

Casco di sicurezza
bordatura regolabile
Safety helmet
adjustable lining



L'IMPERMEABILIZZANTE

10^{PREMIO}
anni

Mapelastic®

10 anni
di successi...

...e di grandi
impermeabilizzazioni

In questi **dieci anni** abbiamo
impermeabilizzato
e **protetto** con successo
più di **20.000.000 di m²** di superfici.
Tutto questo ci è stato reso possibile
grazie alla **semplicità di applicazione**
ed **affidabilità del sistema**
che viene impiegato tutti i giorni
da **migliaia di professionisti**
in tutto il mondo



Balconi

Ponti

Piscine

Terracce

Serbatoi

Dighe

Tunnel

Pontili

Torri di
raffreddamento



 **MAPEI**

MAPEI S.p.A.
Via Cafiero, 22 - 20158 Milano
Tel. 02 37673.1 - Fax 02 37673.214
e-mail: mapei@mapei.it - www.mapei.com

