

ndici[®] *Pro*

Anno V numero 16 - Ottobre/Dicembre 2011

Magazine di ICN

TRIMESTRALE DI TECNICA E ATTUALITÀ

**CERAMIC tra estetica,
robustezza e colore!**

Salvatore®

Il kit pavimentatore

Prodotto
all'acqua

Completo
di accessori

Resa
fino a 10mq

Carrabile

*Rivestimento
protettivo colorato
per pavimenti*

SOMMARIO



In copertina:
Realizzazione di
una finitura con il
Ceramic (ph Martino
Cusano)

EDITORIALE

Vincere si può!
Di Piero Morucci

COPERTINA

Ceramic: un'idea nuova "per dare vita"
al terrazzo
Di Alessandro Morucci

COPERTINA TECNICA

Lo straordinario potere estetico di un prodotto
eccellente
Di A.M.

FOCUS

Destinazione Cagliari: Naici Point
ed Open Day
Di Enrico Morucci

A COLLOQUIO CON:

Nurchi Giorgio & C Sas, tra tradizione
e cambiamento
Di Stefano Cacciotti

REPORT

VETRINA

Salvamuro Gel

VITA AZIENDALE

Giovanni Spagnol, tra creatività e
concretezza
Di Stefano Cacciotti

MARKETING

Calendario Naici duemila12
Di Enrico Morucci

LA VOCE DELL'ARCHITETTO:

Un architetto "Forte" delle sue radici
Di Alessandro Morucci

VIAGGI

Caraibi: la terra del sorriso
Di Nicoletta Lombardi

SCRIVI@NAICI

Rubrica tecnica
A cura di Angelo Agnoni

10 CULTURA

"I numeri per dirlo". Il pensiero fotografico di
Martino Cusano
Di Manuela Moroni

14 CULTURA

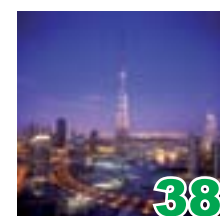
Burj Khalifa: il cielo a portata di mano
Di Luigi Mancini

18

SPORT

Il Cori Calcio, il leone torna a ruggire
Di E.M.

22



naici pro
www.naicipro.it

NAICIpro Periodico Aziendale
Anno V - N. 16 Ottobre - Dicembre 2011
Registrato al n. 24/07 del 18 ottobre 2007 presso il Tribunale di Velletri (Roma)



Direttore Responsabile

Claudio Tranquilli

Direttore Editoriale

Enrico Morucci

Direttore Tecnico

Alessandro Morucci

Direttore Commerciale

Piero Morucci

Segreteria di Redazione, Coordinamento Stampa e Pubblicità

Manuela Moroni / Stefano Cacciotti

Redazione, vendita spazi pubblicitari e relazioni pubbliche

5° Stradone Sandalo di Levante snc,
Nettuno (Roma) tel: +39 069819416 / 7
fax: +39 069819518 | redazione@naicipro.it

Editore

I.C.N. S.r.l.

Fotografia

Martino Cusano

Progetto Grafico

Consuledil s.r.l.

Stampa

Nuova Grafica 87 - Pontinia (Latina)

Hanno collaborato a questo numero:

Alessandro Morucci, Enrico Morucci, Claudio
Tranquilli, Angelo Agnoni, Giovanni Spagnol,
Manuela Moroni, Luigi Mancini, Stefano Cacciotti,
Nicoletta Lombardi.

Numero chiuso il 6 dicembre 2011

Salvo accordi scritti, le collaborazioni a NAICI Pro sono da considerarsi del tutto gratuite e non retribuite. La Direzione si riserva il diritto di modificare la titolazione degli articoli e di fare gli opportuni tagli redazionali al materiale pervenuto. Gli articoli firmati esprimono le opinioni degli autori e non hanno riferimento con orientamenti ufficiali dell'Azienda. Tutto il materiale inviato, anche se non pubblicato, non sarà restituito.

Nuova Opel Corsa.
Il movimento si fa strada.



Fai strada con la Nuova Opel Corsa: nuovo design e consumi da primato, fino a 32 km/ℓ.

Nuova Opel Corsa apre nuove strade. Nuove direzioni con il navigatore multimedia Touch&Connect. Nuove libertà, con consumi da primato: fino a 32 km/ℓ e da soli 94 g di CO₂. Nuove partenze con la tecnologia Start/Stop. Nuovi incontri grazie al suo straordinario design e agli interni 3-color. Con la nuova Opel Corsa sei tu a fare strada.

Nuova Opel Corsa a € 9.500 con ESP[®] e Clima.



Wir leben Autos.

www.nuovaopelcorsa.it Nuova Corsa 1.5 con clima € 9.500, IPT esclusa, con equipaggiamenti Opel ed assistenza auto immatricolata entro 31/12/2011 presentata da almeno 3 mesi. Alcuni equipaggiamenti descritti sono offerti a pagamento. Foto a titolo di esempio. Consumi ciclo combinato da 3,5 a 7,3 ℓ/100 km. Emissioni CO₂ da 94 a 172 g/km. Dato 32 km/ℓ, consumo extraurbano ecoFLEX.



AUTOLATINA

Latina - via Piave, 85/87
Aprilia - **Nuovo show-room**
via Aldo Moro (angolo via Nerva)
Terracina - S.S. Pontina km 107,500

il nostro usato su www.usatoautolatina.it

NUOVA SPARK LS.
FAI IL PIENO DI VANTAGGI.

10 ANNI GRATIS FURTO E INCENDIO
ANCHE SENZA ANTICIPO
PRIMA RATA A SETTEMBRE



SPARK LS

DI SERIE: CLIMA, RADIO CD CON USB, FENDINEBBIA, 6 AIRBAG, MOTORI EURO 5

www.chevrolet.it | Call Center Clienti 800.011.943



Condizioni di polizza su Chevrolet.it. Max finanziabile 10.000€, spesa struttura 800€. IVA di finanziamento Spark LS benzinaria 1000€ prezzo speciale, chiavi in mano, IPT esclusa, spesa struttura 800€. IVA finanziaria 1.200€. Ad rate da 1794 prima rata a 120 giorni. Tassi 4,98% - Tang 2,10%. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Condizioni contrattuali e fogli informativi presso le Concessionarie. Salvo approvazione della Finanziaria. Offerta valida fino al 31/12/11 presso le Concessionarie aderenti. Immagine intesa a scopo illustrativo. Consumi (ciclo combinato) 1/100km: da 5 a 7. Emissioni CO₂ (g/km): da 110 a 155.



AUTOLATINA

Latina
via Piave, 85/87



Vincere si può!

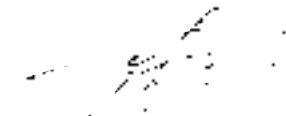
Un altro anno si sta chiudendo e, ancora una volta, l'Azienda Naici può vantare un trend positivo nonostante il pessimo stato in cui versa l'economia mondiale e italiana. Il 2011, che si avvia al tramonto, è stato per l'Azienda un anno decisivo su molti aspetti tra cui il rafforzamento di tutta la struttura aziendale che ha permesso di gettare solide basi per gli anni a venire. Un'azione pensata e sviluppata dal management sapendo di avere di fronte una concorrenza sempre più agguerrita, ma con la consapevolezza che da essa è possibile trarre la forza per migliorare sempre più; questo grazie, soprattutto, alle persone che lavorano per realizzare prodotti costantemente all'avanguardia.

La "gente Naici" sa, infatti, di avere davanti a sé periodi difficili, anni in cui tutti noi dobbiamo rimboccarci le maniche e lavorare ancora meglio facendo sempre più di ciò che è nelle nostre possibilità perché la Naici vuole vincere ancora. Mi piace pensare che le difficoltà dei mercati siano metabolizzate dalle azioni delle persone di buon senso, preparate professionalmente,

che operando al fianco dei clienti riescano a dare sempre più attenzione alle loro esigenze. E noi saremo al loro fianco ascoltando le loro problematiche, fondamentale per continuare a crescere insieme poiché insieme si vince. Si vince ancora!

Ma veniamo ai contenuti dell'ultimo numero 2011 di Naicipro. Apprezzerete senz'altro la copertina con il nostro Ceramic, un prodotto innovativo e davvero eccellente che rende ancora più bello l'effetto della Cemenguaina, essendo una finitura pensata per questo straordinario prodotto. E poi ancora è possibile leggere interviste e curiosità che vedono la Naici protagonista con l'inaugurazione del primo "Naici Point" avvenuto in Sardegna. Un punto d'incontro Naici che sarà il "ponte" per tutta la Penisola di questi straordinari angoli di Azienda Naici. Voglio chiudere questo editoriale augurando a tutti i lettori di Naicipro di trascorrere un sereno Natale in famiglia e di iniziare uno sfavillante nuovo anno pieno di successo. Buone Feste!

Piero Morucci





Ceramic: un'idea nuova “per dare vita” al terrazzo

Di Alessandro Morucci (foto di Martino Cusano)

Per realizzare la copertina di NaiciPro, che ha come tema il Ceramic, abbiamo realizzato uno strato di Ceramic – ovvero la Cemenguaina rivestita poi con il prodotto – sul quale ci siamo divertiti a giocare a biglie. Ci è piaciuto molto e vi raccontiamo come è andata. La biglia, come è noto, è molto usata in

vari giochi, come ad esempio per corse su pista o per centrare buche per terra o biglie avversarie, ma anche utilizzate come trastullo per bambini con un'età adeguata. Con le biglie si può giocare anche a bocce e sono realizzate, in più delle volte, in vetro generalmente colorato ed in varie tonalità. I giochi con le biglie erano molto praticati

Dettagli applicativi del
prodotto Ceramic





in passato, quando i bambini giocavano all'aria aperta ed avevano a disposizione spazi sterrati in cui costruire le piste o le buche. Oggi sopravvivono più che altro nelle spiagge, o in qualche riedizione tecnologicamente evoluta, noi di NaiciPro, invece, abbiamo voluto realizzare un campo da gioco su uno strato di Ceramic realizzato con un materiale somigliante a granelli di sabbia, i quarzi. Sono proprio i quarzi che compongono il Ceramic, granelli di sabbia colorata appunto, sul quale abbiamo voluto vivere momenti di svago e di intrattenimento mentre il fotografo Martino Cusano preparava il set ed immaginando di giocare, e far giocare, i nostri figli. Chi di noi, infatti, non ha mai tenuto in mano una biglia colorata o tentato, con un movimento rapido del dito medio contrapposto al pollice (schicchera in alcuni dialetti), di andare in buca? Le biglie di vetro sono

il nostro passato, ed è forse proprio questo che si pensava quando si voleva rappresentare il Ceramic nella copertina di questo NaiciPro. Il messaggio che si vuole lanciare con questa particolare immagine è proprio quello di incoraggiare il lettore a riappropriarsi di antiche abitudini, di poter finalmente tornare a vivere spazi che, a causa di forze maggiori, non poteva più abitare come avrebbe voluto. Quante volte abbiamo desiderato che il nostro terrazzo appena impermeabilizzato fosse in grado di offrire la possibilità di accedervi con tavoli, sedie o addirittura sdraie? Ovviamente se lo facessimo su delle comuni impermeabilizzazioni lasciate a vista tutti questi arredi potrebbero danneggiare la stessa, ma ora grazie all'elevata resistenza che caratterizza il Ceramic si può garantire la massima vivibilità della superficie al pari di un pavimento. ◀



Lo straordinario potere estetico di un prodotto eccellente

Di A. M. (foto di Martino Cusano)

L'impermeabilizzazione, con Naici, finalmente esce dai canoni classici e si "cambia d'abito", vestendosi di eleganza. Tutto questo grazie al prodotto innovativo Ceramic col quale sarà possibile unire l'efficacia di un'impermeabilizzazione con la bellezza estetica di un pavimento unico nel suo genere.

Ceramic è una finitura da applicare su superfici già impermeabilizzate con Cemenguaina, alle quali si vuole conferire una maggiore resistenza all'abrasione, un'elevata pedonabilità, ma soprattutto un raffinato effetto estetico. È noto che su Cemenguaina è possibile posare anche un nuovo pavimento che risolverebbe di sicuro ogni problematica. Purtroppo, però, tale soluzione non sempre è attuabile a causa a

volte della mancanza di quote sufficienti. Naici ha prodotto la soluzione. L'impiego del Ceramic, infatti, può risolvere tale esigenza senza per questo costringere il proprietario a dover scendere a compromessi o a rinunciare alla caratteristica resistenza di un pavimento. Oltre alle sei colorazioni standard: corallo, mughetto, granito, acquamarina, terracotta, e carrara, le numerose combinazioni possibili che si possono



Dettagli applicativi del prodotto Ceramic

ottenere miscelando le cariche quarzifere colorate lasciano aperta la fantasia di chiunque voglia scatenarsi a realizzare colorazioni personalizzate che possano combinarsi con l'ambiente che li circonda. Come capita ormai nella maggior parte dei prodotti Naici, anche l'uso del Ceramic permette di avere un occhio di riguardo nei confronti dell'ambiente, eliminando

la necessità di dover demolire la vecchia pavimentazione nei terrazzi ed evitando, quindi, tutti quei materiali di risulta divenuti ormai insostenibili per la nostra natura. Con soli tre millimetri di spessore, infatti, si riesce ad applicare il Ceramic anche dove non si hanno a disposizione quote rilevanti e dove l'unica alternativa sarebbe quella di disfare il pavimento esistente. Tutto questo



consente pure di abbattere notevolmente le spese a carico del cliente. Altro aspetto fondamentale, per questo prodotto, è quello di unire una superficie antiscivolo, idonea per uno spazio esterno, con l'estrema facilità di pulizia della stessa. Il Ceramic, infatti, vista la sua totale impermeabilità, e la propria predisposizione a non assorbire lo sporco si potrebbe definire un

rivestimento autopulente, o comunque altamente igienizzabile.

Un prodotto rivoluzionario, quindi, che consente, come abbiamo detto prima, con pochi millimetri di spessore di recuperare terrazzi, balconi e superfici esterne, in genere e in disuso, facendole rivivere finalmente secondo le nostre migliori e vecchie abitudini. ◀



Destinazione Cagliari: Naici Point ed Open Day

In Sardegna, nel cuore della provincia di Cagliari, si è tenuta la cerimonia di apertura del primo Naici Point nazionale in concomitanza con lo svolgersi di un Open day. Naici continua a correre verso traguardi sempre più ambiziosi e, anche in Sardegna, continua a conquistare consensi.

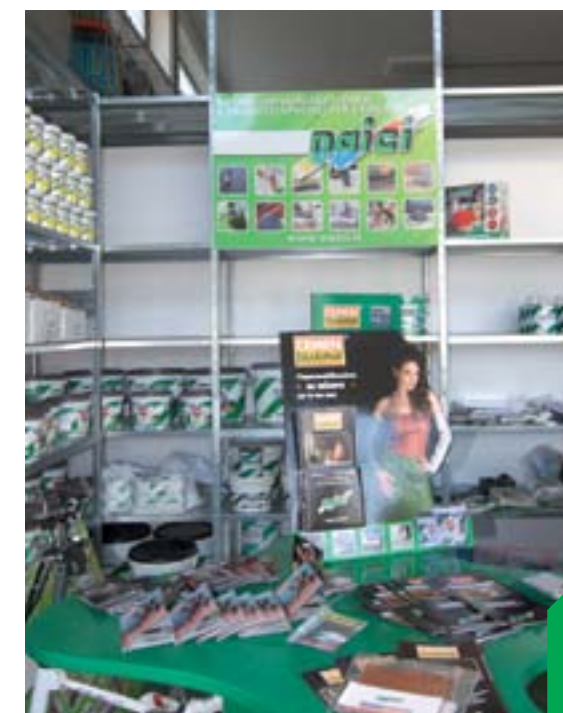
Di Enrico Morucci

A Cagliari, presso l'azienda Nurchi Giorgio & C., negli ultimi giorni del mese di ottobre si è tenuta l'inaugurazione del primo Naici Point sul territorio italiano. Il management Naici ha voluto introdurre questo nuovo servizio a copertura degli interessi dei centri edili, e delle rivendite, ed è sicuro che a questa prima iniziativa ne se-



Open day organizzato fuori dal Naici Point presso Nurchi & C. S.A.S.

guiranno altre. Entrando più nello specifico il Naici Point è la nuova frontiera del visual merchandising, targato Naici, ovvero un complesso di interventi volti a valorizzare i punti vendita con la creazione di un ambiente dedicato al mondo dei prodotti speciali per l'edilizia in perfetta sintonia con il cliente. Un linguaggio commerciale&creativo in grado di incrementare soprattutto i volumi di vendita. Naici Point è, quindi, soprattutto un punto vendita nel punto vendita, nel quale mostrare tutta la filosofia dell'Azienda che si sviluppa nelle linee di prodotti a marchio Naici. Il Naici Point sarà un mondo in presa diretta di tutte le opportunità attuabili mediante l'utilizzo di soluzioni create da una sola azienda. Angelo Agnoli, capo area della Sardegna ed uno dei principali promotori di questa iniziativa, chiosa che: **"Questo primo**



Particolare degli allestimenti del Naici Point.



Naici Point segnerà la rotta verso la quale procedere. L'ultima frontiera dell'azione commerciale e di marketing rivolta alla massimizzazione delle vendite. Gli allestimenti, il packaging, il posizionamento del prodotto e l'esperienza visiva che dalla loro commistione ne deriva porteranno le imprese che ne vorranno far richiesta a sicuri ed entusiasmanti successi". In concomitanza, e per tutto l'arco della giornata, si è tenuto anche un Open Day. La commistione tra più eventi non può che rafforzare le convinzioni del marchio e la valorizzazione delle specificità aziendali. I tecnici aziendali hanno offerto, fin dalle prime ore del mattino, alle persone presenti, – imprese edili e professionisti del settore – tutto un ciclo di dimostrazioni pratiche sulle modalità di applicazione e le migliori risposte a questioni chiave come il problema delle impermeabilizzazioni, delle pavimentazioni in resina e delle deumidificazioni. Tra i presenti molti volti noti nel mondo delle imprese cagliaritane, ma anche titolari di attività commerciali interessati alla riqualificazione dei propri uffici e che vogliono ammodernare nel design i propri locali mediante l'utilizzo di pavimentazioni e rivestimenti in resina. Il contatto diretto con il pubblico permette, inoltre, di approfondire meglio gli argomenti più sentiti e in una modalità più informale ed interattiva. Il Naici on the road, punto mobile dimostrativo, conferma la sua vocazione itinerante continuando a garantire in tutta l'Italia peninsulare, e non solo, un'ottima continuità tra informazione tecnica e la possibilità di una dimostrazione dal vivo. Naici Point ed Open Day sono le chiavi di lettura per il futuro ed anticipano il mondo che verrà. ◀



Dimostrazioni tecniche durante l'Open Day.





Nurchi Giorgio & C SAS, tra tradizione e cambiamento

Di Stefano Cacciotti

"Mutiamo tutti, da un giorno all'altro, per lente e inconsapevoli evoluzioni, vinti da quella legge ineluttabile del tempo che oggi finisce di cancellare ciò che ieri aveva scritto nelle misteriose tavole del cuore umano" (Grazia Deledda, scrittrice sarda)

Abbiamo voluto iniziare a scrivere questo servizio citando Grazia Deledda poiché riteniamo che nella sua citazione stia l'essenza dell'azienda che fa capo a Giorgio Nurchi, un uomo che continua imperterrito a portare avanti l'idea del padre divenuta, oggi, solida realtà commerciale. Tant'è che al finire dell'autunno, e da oltre sessant'anni, in una Cagliari metropolitana e vibrante, opera con prestigio la Famiglia Nurchi: la ferramenta, le vernici e materiali edili sono il loro business e li affrontano unendo il rispetto per la tradizione con la necessità del cambiamento. Giorgio Nurchi, titolare e responsabile della Nurchi Giorgio & C. S.A.S., forte delle esperienze maturate direttamente sul campo, è un giovane settantenne dalla personalità forte e carismatica. Un uomo maturo, attento scrutatore delle tendenze del mercato e con un entusiasmante attaccamento alla sua terra. *"Mio padre iscrisse quest'azienda alla Camera di Commercio nel 1932. A quei tempi il suo mestiere era l'impresario edile e tenuto conto delle molte difficoltà riscontrate nel reperimento dei materiali decise di intraprendere anche questa attività. La prima sede, un po' piccola a dir la verità, era situata in via Bacareda e solo al finire della seconda guerra mondiale, al ritorno dallo sfollamento, riuscimmo a trasferirci in una sede più ampia ed accessibile"*. La vita per sua stessa natura a volte imprime scelte improvvise; cammini ai quali, seppur in giovane età Giorgio Nurchi percorre con pacatezza e con quelle doti che negli anni a seguire gli regaleranno importanti risultati: *"Sfortunatamente mio padre venne a mancare il 20 giugno del 1950, lo ricordo perfettamente*



Il Titolare Giorgio Nurchi
insieme al figlio Giuseppe
durante l'inaugurazione
del Naici Point.

perché era lo stesso anno della ricorrenza dell'anno santo cristiano. A quei tempi studiavo al Convitto Nazionale, frequentavo le scuole medie ma nel tempo libero andavo a dare una mano. Le circostanze poi mi hanno portato a proseguire il suo lavoro e di non aver mai rimpianto questa scelta". Gli anni a seguire hanno visto crescere a macchia d'olio il campo di azione e l'eterogeneità dei prodotti e dei servizi che l'azienda riusciva ad offrire. Anni in cui, grazie ad importanti esclusive nel mondo delle vernici e del comparto del legno, Giorgio Nurchi estese il suo braccio d'azione ben al di fuori delle mura del capoluogo cagliaritano arrivando ad essere uno dei nomi più noti e stimati nel panorama regionale. Cordiale ed appassionato, in molti dei suoi discorsi, lega la sua visione degli affari con le dinamiche economiche e politiche della sua zona d'elezione: *"La crisi, per alcuni versi dura ed aggressiva, è entrata a gamba tesa*

nei più diversi contesti sociali; uno 'scompenso' nel pieno della sua virulenza che sta arrecando non pochi problemi anche alle persone della mia terra. Ma comunque sono speranzoso, la Sardegna deve tornare a crescere, molte sono ancora le zone rurali e non, che devono essere urbanizzate, ammodernate e, davanti a me, non vedo che un'unica soluzione: far tornare al centro di ogni dibattito politico, economico e sociale i nostri 'giovani'. Senza un futuro per le nuove generazioni non si può pensare che l'intera economia possa fare grandi balzi in avanti. Sono il nostro futuro e solo garantendo loro un avvenire più solido si potrà attraversare questa congiuntura negativa".

Il settore dell'edilizia legato a filo doppio alla crisi riduce i margini di mercato ed i cordoni della libera iniziativa, può essere anche un modo per selezionare i virtuosi; andando a premiare chi opera con serietà ed attenzio-



Il Capo Area
Angelo Agnoni
ringrazia Giorgio
Nurchi per l'avve-
nuta inaugurazio-
ne del Naici Point.

ne al cliente. La razionalizzazione dei costi ed una maggiore attenzione al budget porta ad una più accorta scelta dei partner ai quali affidarsi ed intraprendere rapporti commerciali. *“Guardo con molto favore alle iniziative ed ai nuovi prodotti che sta producendo la Naici. Mi riferisco nella fattispecie alle linee dedicate alle pavimentazioni e finiture in resina ed a quei prodotti pensati anche per l'hobbista (linea Salvatore, ndr). Credo che nel prossimo futuro queste aree ci riserveranno interessanti opportunità”.* Dopo anni di consolidati rapporti commerciali con il marchio Naici, l'azienda di famiglia ha voluto approfondire ed ampliare ancor di più questa relazione. Il 14 ottobre 2011, infatti, nella loro sede di Viale Marconi, Cagliari, è stato inaugurato il primo “Naici Point” nazionale (uno showroom di esposizione prodotti). *“Ritengo che la Naici sta investendo molto nella ricerca e nell'innovazione. Di sicuro gli allestimenti che sono stati realizzati per l'inaugurazione dello showroom concorreranno a rafforzare la*

presenza del Marchio sul mercato sardo promuovendo, contemporaneamente, anche le vendite degli stessi. Tra i prodotti di punta Naici non posso non citare Cemenguaina, uno dei prodotti esposti che preferisco poiché ha una qualità al di sopra dei diretti concorrenti e da un'adeguata garanzia di efficacia”.

L'imprenditore capace, come il signor Nurchi insegna, direziona le vele della sua attività in base alla “corrente” del mercato; scoprendo business non inflazionati e dalle previsioni di crescita favorevoli. *“Il lavoro deve essere affrontato con entusiasmo e dedizione. Il tempo e la passione ne sono le basi e la ragione di ogni sacrificio. Auguro ai miei figli di rincorrere i propri sogni e di riuscire, con la stessa mia fortuna, nella loro professione”.* Le terre di Sardegna, per natura e per storia, da sempre formano persone di alta moralità e carattere. Giorgio Nurchi, piacevole conversatore, è sicuramente tra le figure contemporanee che meglio rappresentano questo ideale di umanità. ◀

Salvatore®
Il kit impermeabilizzatore

Trasparente

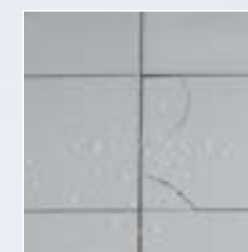
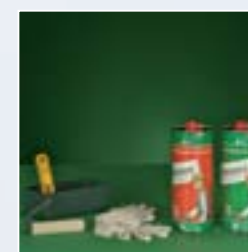


La scelta giusta!
E' Salvatore il Kit impermeabilizzatore

E' un protettivo impermeabilizzante concepito per eliminare i problemi di infiltrazione da “microfessurazioni” (< a 1mm) su terrazzi e balconi pavimentati, per la presenza di piccole crepe sulle mattonelle o nelle fughe.

Con la sua azione idrorepellente elimina a lungo le infiltrazioni causate da queste problematiche praticamente su tutti i tipi di piastrelle (cotto, grés, clinker, pietra, cemento) ampiamente utilizzate in terrazzi e balconi. Salvatore Trasparente non crea pellicola e mantiene il supporto visibile, svolgendo, inoltre, un'ottimale azione consolidante mantenendone la naturale traspirabilità.

Salvatore è anche NP7 e NP5 DARK.
www.kitsalvatore.it



naici



Impermeabilizzazione eseguita con NP7 grigio su terrazzo.



Pavimentazione eseguita con Nairetan SPT





Deumidificante per murature, di qualsiasi tipologia e spessore, che presentano umidità di risalita dalle fondamenta. Prodotto ecologico ed inodore.

Fasi applicative:



Rimuovere l'intonaco esistente per almeno 1 metro oltre la zona colpita da umidità di risalita.



Iniettare il SALVAMURO GEL all'interno della muratura. La nostra "barriera" contro l'umidità di risalita è stata eretta.



Praticare dei fori di 12mm a circa 12 cm di altezza dalla linea del pavimento e per tutta la lunghezza della parte interessata.



Dimostrazione visiva del grado di efficacia del prodotto SALVAMURO GEL. La serie di blocchetti in tufo a destra presentano, sopra la zona di applicazione del prodotto, la totale assenza di umidità. Nei blocchi a sinistra l'umidità è interamente risalita.



Giovanni Spagnol, tra creatività e concretezza

Di Stefano Cacciotti (foto di Martino Cusano)

Il Direttore Commerciale della Naici, Giovanni Spagnol, è un uomo professionale e molto orgoglioso per quanto riguarda il raggiungimento dei punti programmatici in seno alla Naici; divide la sua vita per obiettivi ma la vive giorno per giorno.



La prima cosa che colpisce quando si dialoga con Giovanni Spagnol è l'estrema determinazione che scaturisce dai suoi occhi, il palese attaccamento all'azienda che gli ha dato fiducia e che lo ha aiutato a divenire una persona di successo. Forte di un'esperienza ultraventennale nel settore vendite, quando gli si chiede come "sente" il mercato e come interpreta il suo ruolo di Direttore commerciale afferma che: **"Molti sono abituati a sentir parlare di direttori commerciali che entrano in azienda la mattina alle 8, per confrontarsi esclusivamente in riunioni interne con produzione, ricerca e marketing, per uscirne solo alla sera tardi. Io vedo invece la figura del direttore commerciale come colui che si confronta giornalmente con il mercato, quindi con i propri venditori, con i propri capo area,**

che partecipa attivamente ad ogni attività, uscendo dall'azienda per verificare cosa il mercato richiede e quali sono le esigenze principali al giorno d'oggi. Bisogna considerare che il nostro è un business in continua evoluzione, quindi va interpretato, va analizzato e gli vanno date le giuste risposte! E questo lo puoi fare solamente se hai dei recettori continui sul mercato. Oggi questo 'mondo' non cerca il venditore duro e puro ma cerca un tecnico, cerca una persona che lo affianchi nelle relazioni commerciali e che quindi diventi un consulente per il suo cliente; non più colui che va lì per proporgli il prodotto e cercare di venderglielo a tutti i costi, ma bensì un professionista accreditato che offra una consulenza, diventa il suo braccio destro, colui che nel bisogno affronti la problematica e gli dia una

soluzione. Questa è la figura vincente del venditore di oggi". Ascoltandolo con attenzione si intuisce subito quanto per lui sia centrale l'attenzione ed il supporto al cliente ai fini di una buona relazione commerciale, ma anche come base del suo lavoro di direttore. Lungo questa scia di confronto e supporto alla clientela Naici, diversi anni fa sono nati anche gli Open Day, punti mobili dimostrativi attraverso i quali il marchio Naici fa conoscere i propri prodotti e lo scarto qualitativo tra gli stessi e la concorrenza. **"È stata una bella sfida quella degli open-day, nata quattro anni fa, grazie all'azione manageriale di Piero Morucci che li ha fortemente voluti, e sviluppatasi negli ultimi tre anni in maniera sempre più incisiva. Un'attività molto apprezzata dalla nostra clientela soprattutto perché è un momento di crescita**



sia per la rivendita che per i clienti del rivenditore. Una rivendita ha in casa minimo 10 / 12.000 articoli, quindi conoscere approfonditamente tutti quanti diventa molto difficile. L'open-day, quindi, porta ad una maggiore conoscenza dei prodotti Naici esposti ma soprattutto informa anche sulle modalità di applicazione degli stessi. Inoltre è anche uno strumento di promozione per la rivendita che accogliendo queste attività si pone come un punto di riferimento professionale sul proprio territorio. Quindi io vedo l'open-day come una delle migliori strategie che possiamo applicare al mercato di oggi". La grande abilità empatica, l'estrema facilità di interazione sono tratti del suo carattere che tutti gli riconoscono. Queste sue

doti però non sono solo il frutto di una capacità innata ma bensì il segno dell'esperienza accumulata sul campo poiché dice che: **"Col tempo ho capito che la vita è come un baule sempre aperto, un contenitore di esperienze vissute e di persone incontrate, che ogni giorno si riempie e ti aiuta da un punto di vista professionale e personale"**. Negli ultimi tempi, oltre al ruolo di Direttore Commerciale, sempre per la Naici, riveste anche il ruolo di formatore. Sempre più spesso si stanno realizzando dei corsi di formazione, rivolti ai più disparati soggetti operanti nel settore dell'edilizia come applicatori e decoratori, geometri ed architetti, studenti universitari ed i corsisti delle scuole edili. Un ruolo del quale porta i "segni" dell'impegno e dice: **"In**

questi corsi si spiega sia la teoria che la pratica, facendo conoscere integralmente la natura dei nostri materiali e come questi ultimi reagiscono in un dato ambiente: la prova più importante nei cantieri al giorno d'oggi". Anche in questo campo, che ha come base sempre l'interazione con personale esterno all'azienda, Spagnol lo affronta con senso di responsabilità e cura: **"Quando io parlo davanti ad una platea sento forte l'onere morale del ruolo che sto svolgendo: parlare e condividere concetti è comunque sempre portare fuori dall'azienda la nostra cultura d'impresa ed il nostro know how tecnologico, la mission aziendale"**.

Tra le diverse tipologie di prodotti presenti nel catalogo del marchio Naici, Spagnol crede che le linee

che daranno interessanti soddisfazioni all'azienda saranno quelle relative ai prodotti per la deumidificazione e l'impermeabilizzazione. **"Forse questo mio forte interesse nasce proprio dalla mia zona di origine (Latina, ndr), zona un tempo paludosa, ricca di umidità murale e quant'altro. Quando attraverso i nostri prodotti riusciamo ad eliminare definitivamente questo problema sento un forte senso di appagamento che mi motiva ancor di più a proseguire nel mio lavoro"**. Un altro tema a lui molto caro sono le pavimentazioni in resina, una delle vere avanguardie del design dei nostri giorni: **"Le pavimentazioni in resina sono sorprendenti, hanno un altissimo effetto estetizzante. Attraverso le mani esperte di un applicatore, è possibile, senza esagerare, portare l'arte dentro uno spazio ad uso abitativo o commerciale. L'unicità di ogni realizzazione (derivata dalla sintesi tra fantasia e capacità applicative) rende queste pavimentazioni qualcosa di estremamente elegante e raffinato. È impossibile non innamorarsi di queste autentiche 'opere d'arte'"**.

Dopo ventisei anni di dedizione e condivisione degli obiettivi dell'azienda, Spagnol non si sente ancora arrivato. Molte sono ancora le tappe da raggiungere ed i percorsi da esplorare: bisogna sempre "andare avanti": **"Uno dei miei prossimi obiettivi a medio termine è puntare all'internazionalizzazione dell'azienda. Abbiamo coperto tutto il territorio italiano, isole comprese, e quindi il passo successivo è uscire dai confini nazionali alla conquista di nuovi mercati. L'azienda, come me, cerca sempre nuove sfide nelle quali dimostrare la superiorità qualitativa dei propri prodotti e l'ineguagliabile cura ed attenzione verso i bisogni del cliente"**. Il frutto dei successi aziendali, e di conseguenza anche i suoi, in definitiva sono la sintesi dell'unione degli obiettivi di tutti e del forte spirito di gruppo che distingue questa "squadra Naici". **"Ogni giorno lotto e motivo tutte le persone che collaborano con me. Sono esigente e pretendo la massima dedizione da parte di tutti. Con estro e concretezza, tutti insieme dobbiamo puntare verso nuovi successi"**. ◀



Il Direttore Commerciale Giovanni Spagnol durante una delle sue lectio magistralis.

Live The Light

www.livethelight.eu

LiveTheLight, avanguardia di luce e design, è un'esperienza sensoriale e cromatica unica nel suo genere. Martino Cusano, creative lighting designer, realizza soluzioni d'illuminazione dalle linee pulite e originali per ogni contesto, sia esso abitativo o professionale. La luce crea atmosfera, facilita i rapporti ed aumenta l'empatia negli affari. **Scegli il design, vivi la luce.**

MARTINO CUSANO
creative lighting designer



Calendario Naici duemila12

Un nuovo anno batte alle porte, un anno di impegni e date da ricordare. Naici, tenendo oramai fede ad una tradizione collaudata, anche per il 2012 vi aiuterà in questo con il nuovo calendario da tavolo. Sarà un susseguirsi di immagini che scandiranno le giornate di lavoro e di relax di un intero anno: il duemiladodici.

Di Enrico Morucci

In vista del prossimo anno molte aziende scelgono il gadget aziendale più singolare ed esclusivo e, in un periodo di doverosa austerità, anche il più utile possibile. Un gadget che possa essere anche una sintesi comunicativa delle azioni aziendali; per meglio dire un oggetto che riesca a rappresentare in modo adeguato l'azienda. L'area marketing & comunicazione Naici, messo da parte momentaneamente il tradizionale calendario da muro, si è trovata concorde nel voler omaggiare i clienti, gli operatori e le persone che gravitano intorno al "Mondo Naici" del calendario da tavolo. La prima domanda in sede di ideazione è stata: quali funzioni

dovrebbe assolvere un calendario aziendale? L'idea di fondo Naici, in progetti di questa natura come negli altri, è che ogni realizzazione –prodotto o azione di marketing– deve fondere l'estetica con l'utilità. Ogni giorno, e sempre più spesso, non si riesce, se non attraverso l'uso di appunti, a tenere a mente le tante cose da fare o gli impegni presi specie in ambito lavorativo; questa ultima creazione Naici vuole essere quindi anche uno strumento di supporto nel ricordare il timing delle giornate lavorative, ma anche quelle dedicate al relax.

Entrando nel vivo calendario 2012, oramai in distribuzione, conterrà una selezione fotogra-

fica di lavori eseguiti mediante l'utilizzo di alcuni dei prodotti di "Casa Naici". Fibroguaina, Salvatore Pavimentatore e Decorcem solo per citarne alcuni. Le immagini selezionate provengono tutte dalla mano del collaudato Martino Cusano, fotografo colto e visionario che da anni accompagna il marchio Naici nelle realizzazioni editoriali più delicate. L'obiettivo aziendale è quello di aver fatto un oggetto di buona fattura che possa far bella figura sulle scrivanie o su uno degli angoli dell'ufficio ed insieme al marchio Naici affrontare con spirito positivo l'anno che sta per entrare facendolo diventare il più positivo possibile. Buon anno a tutti! ◀



Un architetto “Forte” delle sue radici

Di **Alessandro Morucci** (foto di Martino Cusano)

Con l'Architetto Ermanno Forte continua la serie di interviste alle professionalità italiane che, più di tutti, immaginano il futuro delle nostre città. Per farlo utilizzano innumerevoli prodotti tra cui le resine che sono sempre più ricercate per le ampie possibilità di impiego. Un microcosmo di professionisti che si ingrandisce ogni giorno sempre più e, tra questi, molti di loro scelgono Naici come partner per le proprie progettazioni.

Abbiamo incontrato l'architetto Forte a Terracina, splendida e storica cittadina tirrenica decantata, tra l'altro, da Johann Wolfgang von Goethe (1749 – 1832) il quale, durante il suo Gran Tour da Roma a Napoli, vi giunse il 23 febbraio 1787, mentre erano in corso i lavori della grande bonifica di Pio VI e scrisse: “... Tanto più lieta e benvenuta apparve perciò la rupe che sovrasta Terracina; ce n'eravamo appena rallegrati, quando, subito davanti a

noi, vedemmo il mare. Poco oltre, il fianco opposto della montagna ci scopre la vista di una nuova vegetazione, Le foglie larghe e grasse dei fichidindia sporgevano in mezzo ai bassi mirti color verde grigio, sotto i melograni verde e gialli e tra il verde smorto dei rami d'ulivo. Lungo la strada scorgevamo nuovi fiori e cespugli nuovi, non mai veduti. Narcisi e adonidi fiorivano sui prati...”. Sublimata da queste parole, dal mare e dalla sua storia la città trae l'essenza della sua millenaria esistenza. Ed è in questo contesto che si inserisce appieno la professionalità di Ermanno Forte, nato proprio in questa terra, dove, dopo aver studiato e girato anche oltre i confini italiani, si è ritrovato nuovamente a vivere, lavorando inoltre tra Roma e Frosinone, Lecce e Catania, Perugia etc. Gli chiediamo se Terracina, come città di mare, ha condizionato il suo modo di “pensare” l'architettura. Una domanda che lo fa sorridere ed affermare allo stesso tempo che: **“un paese che si affaccia sul mare può essere considerato e vissuto come una città di confine e, per quanto possa essere piccolo, ti mette la voglia di scoprire e sperimentare sempre”**. E visto che ha parlato di scoperte e sperimentazione gli chiediamo quale sia la sua filosofia e la scuola di pensiero alla quale si rapporta nelle progettazioni. Ed anche qui Ermanno Forte non ha dubbi e dice: **“sento di essere molto vicino a tutta quella teoria architettonica ed a quegli architetti dei primi del 900 che fanno capo all'International style** (il movimento più importante dell'architettura moderna che si sviluppò negli anni Venti e Trenta del XX secolo. Queste due decadi sono considerate le prime della cosiddetta Architettura moderna, ndr). **Anche se, in ogni modo, sento di poter affermare che ognuno di noi è frutto di una commistione tra tutto ciò che è stato, di ciò che ha studiato, delle esperienze fatte e di quanta voglia abbia di mettersi in gioco. Affascinato dal razionalismo trovo, invece, la corrente post-moderna una filosofia vuota e aberrante.”**

Giramondo e centauro convinto possiede una moto d'epoca. Una delle moto della Parigi-Dakar del 1986, una BMW. Una moto che ha 26 anni e che forse non lascerà mai



come del resto le resine Naici dopo averle scoperte poiché sono: **“Uno dei tanti elementi che concorrono alla “composizione” di una costruzione. Le utilizzo ampiamente e sicuramente continuerò ad usarle anche se, nelle zone non cosmopolite, di provincia per intenderci la resina è un materiale difficile da proporre e far accettare, questo perché molte persone comprano per ‘spes-**



sore' ed altre vivono nell'assurda speranza di utilizzare materiali che durino in eterno come a voler esorcizzare, in qualche modo la precarietà stessa della vita. Non c'è nulla di più sbagliato nel valorizzare oltre modo

l'indistruttibilità del "gres" e deprezzare il giusto deperimento dei materiali naturali." L'Architetto Forte, invece, continua imperterrita a proporre le resine anche con successo, ritenendole un ottimo materiale

che offre diverse ed interessanti possibilità tecniche ed estetiche. Inoltre, grazie alla Naici, conosciuta tramite Alessandro Morucci, Responsabile della parte tecnica aziendale, ha sempre assistenza tecnica tantoché afferma: ***"Della Naici mi piace sottolineare, oltre alla qualità dei suoi prodotti, soprattutto il rapporto umano e l'estrema disponibilità da parte dei tecnici di supportarmi durante tutte le fasi di lavorazione. Insomma un rapporto fatto di estrema puntualità, serietà e che mi aiuta nella soluzione di qualsiasi problematica si dovesse verificare nel cantiere"***. Tra i prodotti che Ermanno Forte utilizza spicca la guaina liquida NP7 per le impermeabilizzazioni. Mentre, riguardo le pavimentazioni e rivestimenti in resina, utilizza prevalentemente il Decorcem: ***"l'utilizzo di questi prodotti mi ha affascinato moltissimo: difficile non inserirli nei progetti che realizzo"***. Prima di salutarci chiediamo all'Architetto Forte qual sia il momento storico in cui versa l'architettura. E lui afferma che: ***"Il nostro paese vive un momento storico cupo, 500 anni di cattiva politica valgono sostanzialmente 500 anni di cattiva architettura. Penso alla tipologia di 'case a schiera', un ideale abitativo che abbiamo mal adottato dal nord europa e stravolto nella sua essenza architettonica e sociale. Dobbiamo ripensare i nostri ambienti e renderli più vicini alla nostra cultura, ma in questo la politica ci deve dare una mano"***.

Come non essere d'accordo con lui, intanto la Naici si sta impegnando anche nel progettare linee di prodotti che rispettino sempre più l'ambiente. ◀



l'Architetto Forte in alcuni momenti dell'intervista

Una vacanza ...

... la ricordi ...

... per tutta la vita!

Rainbow Blu - Agenzia Viaggi

Via Giovanni Lanza, 146 a/b 00184 - Roma

Tel.: 06.483653 - 06.48071153 Fax.: 06.48987136



Caraibi: la terra del sorriso

Di Nicoletta Lombardi

“**U**na vacanza ai caraibi”, il solo pensiero fa sognare ed evoca una miriade di straordinarie immagini: spiagge bianche, palme protese verso il mare, acque azzurre e limpidissime, piante d'ibisco ma anche sorrisi, allegria, spensieratezza. Per non parlare della gamma di spettacoli offerti che va dalle immersioni lungo i reef corallini alle escursioni nella foresta pluviale.

I Caraibi sono una regione delle americhe che comprende tutti i paesi bagnati dal Mare Caraibico, ovvero tutte le isole delle Antille e i litorali di alcuni paesi continentali del centro e sud America che si affacciano su tale mare. L'area caraibica è costituita dalla miriade di isole che separano il Golfo del Messico dal mar dei Caraibi.

Ci sono poche mete più affascinanti nei Caraibi della sua isola più grande e più popolosa: Cuba è un insieme di fascino e tradizioni, è la terra dei sigari, del rum e della storia dei Caraibi, chiunque ne rimane stregato. La Repubblica Dominicana, seconda Isola caraibica per grandezza, è un magnifico sogno da vivere: il sole caldo tutto l'anno, il bianco abbagliante delle spiagge, i tramonti infuocati, il soffio degli alisei sui palmeti ed i suoni seducenti del merengue e della bachata trasformano in poco tempo lo stato d'animo di ogni viaggiatore.

La Giamaica è senza dubbio una delle de-

stinazioni simbolo dei Caraibi. Lo scenario offre tutto quello che si possa desiderare: dalle barriere coralline colme di pesci, le spiagge di sabbia bianca, fino a cascate mozzafiato e foreste pluviali dense di nubi. La musica è contagiosa e la popolazione è una delle più eterogenee dei Caraibi, comprendendo vari patrimoni culturali tra cui quello africano, cinese, britannico e tedesco. Le Bermuda sono situate nella parte più a nord del mar Caraibico, non avevano alcun abitante indigeno quando una nave britannica, la Sea Venture, naufragò sui suoi infidi scogli nel 1609, costringendo i suoi passeggeri e la truppa, diretti verso la Virginia, a sopravvivere su quelle rive. Quell'incidente creò un legame duraturo tra Gran Bretagna e Bermuda. Che vogliate poltrire al sole, tuffarvi in acque cristalline, ballare dal tramonto all'alba o girovagare tra le rovine e le leggende di civiltà scomparse, la penisola dello Yucatan dei Caraibi messicani potrà far diventare realtà la vostra vacanza da sogno. Ovunque decidiate di andare, troverete un paradiso favorito dal clima caldo ma temperato con brevi piogge quotidiane e venti rinfrescanti. Le temperature non scendono al di sotto dei 22 gradi per tutto l'anno., inoltre sotto le acque dei Caraibi si estende il ricco e colorito ambiente della barriera corallina, che è fra i più antichi ecosistemi del pianeta. Pronti a scegliere l'Isola che fa per Voi? ◀



Rubrica tecnica

Eccoci al consueto appuntamento con la rubrica SCRIVI@NAICI, ormai imperdibile per tutti i lettori della rivista Naicipro. Come in ogni numero, attraverso questo spazio, l'Azienda muove un ulteriore passo verso clienti e lettori del magazine, offrendo la preziosa consulenza del direttore tecnico Angelo Agnoni, pronto a mettere la sua esperienza al servizio di varie problematiche. In questo numero è stato lasciato ampio spazio alle domande inerenti le applicazioni degli ultimissimi prodotti lanciati sul mercato dalla Naici.



D Possiedo un serbatoio in cemento contenente acqua potabile. Per mantenerne ancora la potabilità chiedo se esiste un prodotto impermeabilizzante adatto allo scopo (Giovanni M. Belluno)

R Innanzitutto avrei la necessità di sapere se il suo serbatoio è interrato oppure posto totalmente fuori terra. In mancanza di questa importante informazione, che determina la scelta dei materiali, le indico per entrambe i casi come si dovrebbe intervenire:

Serbatoio fuori terra. a) Tagliare delle staffe metalliche distanziatrici per una profondità di cm 2 circa, in modo da bloccare l'eventuale formarsi di ruggine. b) Applicazione, all'interno del foro, un prodotto passivante denominato NAI CM PRO FERRO, prodotto in polvere da miscelare con acqua. c) ad asciugatura avvenuta, bisognerà ripristinare il foro mediante una malta cementizia premiscelata strutturale fibrorinforzata denominata NAI CM RIPRISTINO. Rimuovere, ove presenti eventuali nidi di ghiaia e riempimento con NAI CM RIPRISTINO. Proseguire quindi con un idrolavaggio della superficie atto a rimuovere totalmente gli eventuali oli disarmananti che potrebbero compromettere un'adeguata adesione del successivo rivestimento. Se necessita, potrà essere eseguita una rasatura mediante rasante cementizio fibrorinforzato denominato NAI CM RASANTE ULTRA, grazie al quale possono essere realizzati spessori da zero a tre centimetri in un'unica mano. d) Ad asciugatura avvenuta (tempo che viene determinato dalle temperature di esercizio), dovrà essere applicata a rullo una prima mano di NAI RETAN FOOD, resina a due componenti certificata per contatto a prodotti alimentari, diluita al 20% circa con alcool buongusto in grado di penetrare nel supporto e fungere da fondo ancorante. e) applicare ulteriori mani a rullo di NAI RETAN FOOD diluita al 5% circa con alcool buongusto in ragione di 0,500 gr circa al mq.

Serbatoio interrato. A differenza del trattamento previsto per il serbatoio fuori terra, in questo caso è necessario aggiungere una lavorazione in più: tale lavorazione viene eseguita immediatamente dopo il lavaggio a pressione del supporto. Essa consiste nell'applicazione a pennello di un cemento osmotico denominato NAI CM OSMOTICO in ragione di 4/5 kg al mq. Da tener presente che entro e non oltre 24 ore sarà necessario eseguire una rasatura con NAI CM RASANTE ULTRA atta a creare un ponte di aggancio per il rivestimento successivo.



D Ho realizzato un cappotto termico esterno alla mia abitazione. Avete un intonaco per la finitura esterna? (Rossano P. Bosa Marina)

R Assolutamente sì. Ma prima è bene ricordare che normalmente il sistema a cappotto prevede già una rasatura di finitura esterna, in mancanza di questa, o se la stessa nel tempo fosse deteriorata o in avanzato stato di degrado, si potrà intervenire utilizzando NAI CM RASANTE ULTRA, e successivamente colorare la superficie utilizzando PROTECT FIX come fondo ancorante. Utilizzare, quindi, PROTECT PAINT come colore di finitura. Sono prodotti normalmente usati per eseguire l'incapsulamento delle lastre in eternit, ma possono essere destinati tranquillamente anche per detti rivestimenti.

D Il mio pavimento in cotto ha bisogno di essere rivitalizzato. Negli ultimi tempi si è macchiato ed è diventato opaco. Esiste un prodotto per pulirlo e per renderlo lucido? (Giuseppe D. Monza)

R Il cotto è un prodotto molto assorbente, il problema delle macchie, se non trattato e quindi reso impermeabile, costituisce un problema che con il passare del tempo diventa sempre più difficile da risolvere. Si consiglia, quindi, un lavaggio acido con un apposito prodotto tamponato (che non produce effetti collaterali, anche se usato puro) denominato NAIDROP il quale verrà abbondantemente risciacquato. Per la rimozione delle macchie grasse, si rende necessario l'uso di un diluente denominato ISOTONE, in grado di scioglierle e rimuoverle. Trascorso il giusto tempo per far asciugare perfettamente il cotto, intervenire con appositi prodotti differenti tra loro in base all'aspetto estetico che si vuole ottenere: NAICOAT LUX effetto lucido, NAICOAT NATURAL effetto naturale, NAICOAT ALL'ACQUA effetto mat. I consumi variano a seconda del grado di assorbimento del mattone. Normalmente sono necessari almeno 400 gr al mq.; per il cotto spagnolo o fatto a mano, si raggiungono consumi anche di 750 gr al mq.

D Abito in piena città e la facciata in marmo della mia abitazione è piena di graffiti e scabbocchi. Se esiste, qual'è la via migliore per risolvere questo problema? (Maria Rita Covelli, Merano (BZ)).

R Esistono due tipologie di prodotti differenti tra loro per prevenire il problema, grazie ai quali potranno poi essere rimossi con facilità:

- La prima, relativa ad un prodotto monocomponente base acqua denominato "Grabiblock all'acqua" viene applicato dopo una accurata pulizia della parete, si lascia asciugare quindi si applica il prodotto in più mani fino a raggiungere il consumo indicato nella scheda tecnica (300-400 gr/mq). Sarà necessaria una idropulizia ad alta pressione per rimuovere totalmente i graffiti. Questo prodotto è definito "sacrificale" cioè ogni volta che vengono rimossi i graffiti, è necessaria una nuova applicazione.
- La seconda soluzione, relativa ad un prodotto a due componenti denominato "Grabiblock", anch'esso viene applicato dopo una accurata pulizia della parete e dopo la sua totale asciugatura, quindi procedere alla sua applicazione mescolando abbondantemente con un semplice bastone, il componente B nel componente A. Consiglio, per i consumi, di attenersi a quelli indicati nella scheda tecnica (150-300 gr/mq). Questo prodotto, a differenza del primo, è definitivo quindi una volta ripulita la parete con idrolavaggio ad alta pressione, non sarà necessario applicare nuovamente il prodotto.



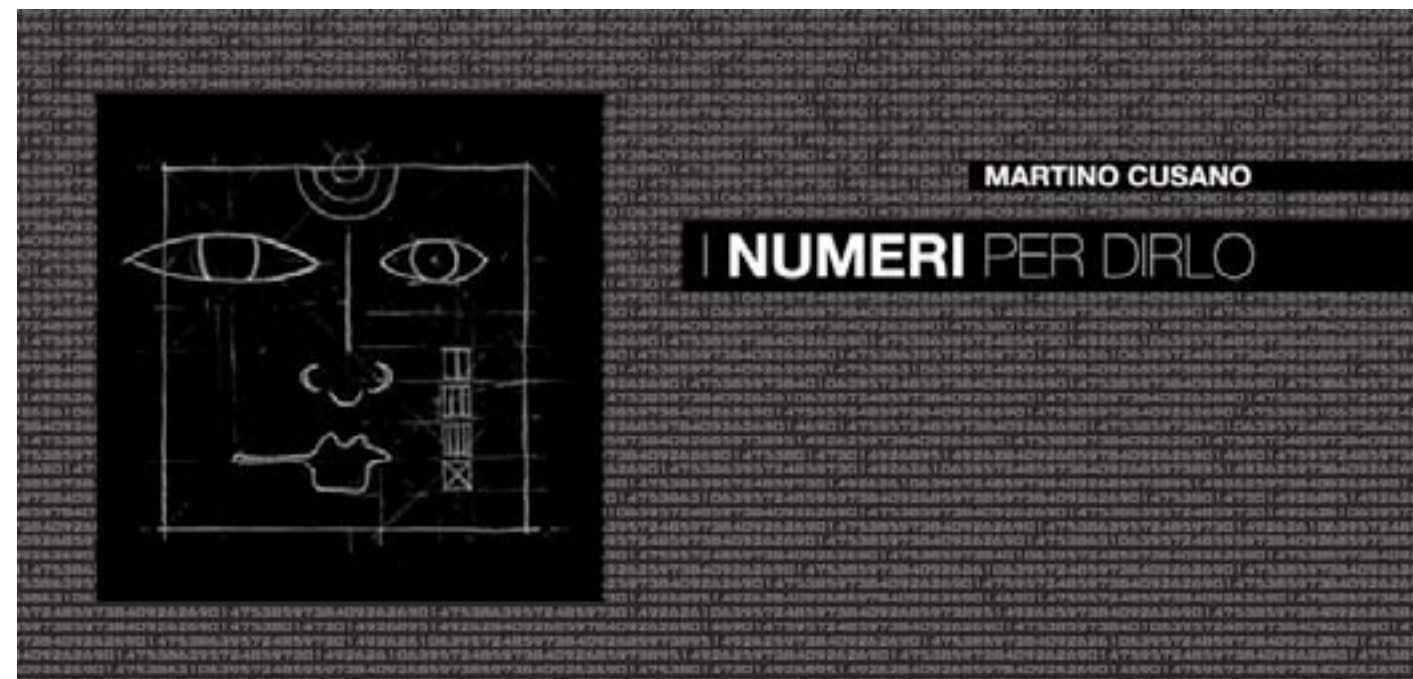
Da oltre venti anni la PONTINA CARRELLI srl è presente nel Lazio come punto di riferimento di tutti coloro che fanno della logistica e del material handling il punto cardine della propria Attività. Tutta la nostra organizzazione è mirata a fornirvi un servizio costante ed efficiente che porti alla Vostra Azienda il massimo del valore aggiunto.



VENDITA' - NOLEGGIO - ASSISTENZA - CONSULENZA PERSONALIZZATA
carrelli elevatori - piattaforme elevatrici - macchine per la pulizia industriale - scaffalature industriali.



Pontina Carrelli srl - Via Pontina Km 48,600 - Aprilia (LT) - Tel 069283462
Fax 0692703456 - www.pontinacarrelli.com - commerciale@pontinacarrelli.com



L'artista Martino Cusano sta per inaugurare la sua ultima mostra dell'anno. Dal 10 al 18 dicembre presso la Galleria "RILIEVI Contemporary Art" di Roma si terrà una personale dal titolo "I numeri per dirlo". Il progetto fotografico, dal quale nasce questa photo exhibition, inizia a partire dal duemilacinque e solamente quest'anno ha raggiunto quella decantazione per essere pienamente fruibile dal pubblico. Martino Cusano analizza e si interessa di linguaggi visivi dal millenovecentottantacinque; il mondo analogico e la stampa manuale sono da sempre alcuni dei punti fermi della sua professione e da oltre vent'anni coniuga ai massimi livelli il gusto per i messaggi non convenzionali con l'estrema abilità nella gestione dell'illuminazione. "I numeri per dirlo", è la volontà di comunicare il mondo e gli uomini fondendo quest'ultimi con qualcosa di a prima vista impersonale come i numeri e di come quest'ultimi però mutino la loro stessa natura se portati a contatto con la fisicità dell'uomo. Cusano, in questa interessante prova d'autore, ha impresso su pellicola medio formato oltre duecentottanta volti, ritratti in bianco e nero nei quali ha "segnato" sulla pelle altrettanti numeri, tutti diversi. C'è molta aspettativa nell'aria per questo evento; il mondo della fotografia attrae da sempre una folta schiera di appassionati e la capacità espressiva di quest'artista è rinomata nei circoli più esclusivi e tra gli intenditori del settore. Nella città eterna i motivi per cui si decide di andare a visitare una mostra d'arte visiva sono molteplici, vi ci si può recare per passione, per studio o per diletto, per trascorrere un paio d'ore diverse: "I numeri per dirlo", selezione di umanità e cifre, è un'esperienza assolutamente da non perdere. ◀

"I numeri per dirlo". Il pensiero fotografico di Martino Cusano

Di Manuela Moroni

Burj Khalifa: il cielo a portata di mano



Il 4 gennaio 2010 è stato inaugurato il più alto grattacielo del mondo: il Burj Khalifa. Incredibile l'edificio che torreggia sulla città di Dubai dall'alto dei suoi 828 metri. Un'altezza impressionante per una costruzione che detiene un incredibile numero di record e primati

Di Luigi Mancini

Il destino dell'uomo è andare oltre. Oltre se stesso, oltre i suoi risultati, oltre tutte le conquiste che ha ottenuto. Ed i blocchi di partenza sono situati sempre in quell'etereo reame che rapisce, più o meno, tutti gli esseri umani: il mondo dei sogni. Il duro lavoro, la determinazione e l'intelligenza poi fanno sì che quanto fluttua tra le menti più geniali, possa in seguito marchiare concretamente la realtà.

L'ultimo dei sogni che ha varcato il portale

della tangibilità è l'impressionante grattacielo conosciuto come Burj Khalifa.

Sarebbe riduttivo definire il Burj Khalifa come il più alto palazzo del mondo. Va sottolineato che è la costruzione più alta mai realizzata dall'uomo in tutta la sua storia. Sono infatti ben 828 i metri che separano il vertice del gigantesco palazzo dal suolo, per un totale di 344.000 metri quadrati di superficie calpestabile. Il costo? Appena 4 miliardi di dollari (20 se si conta la costru-

one dell'intera area).

All'interno di questo colosso di acciaio, cemento armato e vetro, per collegare i cento-sessanta piani (altro numero da record) e gli oltre 900 appartamenti, corrono gli ascensori più veloci del mondo, capaci di raggiungere l'incredibile velocità di 64 Km/h.

Da record è persino il sistema di fontane che decora l'esterno della costruzione. 275 metri di giochi d'acqua, abbelliti da 6.600 luci e 50 proiettori, che creano effetti straordinari grazie ai molteplici bagliori colorati.

Numeri da capogiro, insomma, per questo miracolo della tecnologia edilizia. I progettisti sono gli architetti del celebre studio Skidmore, Owings and Merrill LLP (SOM), uno dei più grandi degli Stati Uniti. Molti dei loro lavori sono diventati vere e proprie icone della moderna concezione architettonica.

Il grattacielo originariamente doveva chiamarsi Burj Dubai (torre di Dubai), solo all'ultimo il nome è stato modificato in Burj Khalifa, in onore dello Sceicco Khalifa bin Zāyed Āl Nahayān. Si tratta di un importante politico emiratiano, che contribuì, con un intervento economico, a salvare la città di Dubai.

A causa della serrata competizione da parte di diversi altri costruttori, anch'essi intenti nella realizzazione della struttura più alta del mondo, le reali dimensioni del grattacielo sono state mantenute segrete fino a lavori ultimati. Originariamente si era dichiarato che si sarebbero raggiunti gli 819 metri. Successivamente si era scesi a 818. A conti fatti però, il colosso ha letteralmente polverizzato i diretti concorrenti grazie ai suoi 828 metri.

Nella struttura, oltre ad un immenso centro commerciale, ai cinque ristoranti Armani, all'Armani Galleria, c'è anche il celeberrimo Hotel Armani.

La stratosferica altezza però ha tutt'altro che scoraggiato l'audacia dei competitor. Molti saranno, nei prossimi anni, gli edifici che tenteranno di strappare al Burj Khalifa il titolo di edificio più alto del mondo. Primo su tutti l'Al Burj ("La Torre") o Nakheel Tower, attualmente in progettazione presso la Nakheel Properties. Anche in questo caso c'è estremo riserbo sull'altezza. Il progetto però, ad

oggi, pare congelato a causa di problemi di natura economica. Altro possibile competitor sarà la Murjan Tower (Torre di corallo) che dovrà sorgere a Manama, Bahrain. Si parla di un edificio di 1022 metri, con ben 200 piani. Ancora, a sorpassare l'edificio di Dubai potrebbe essere la Mubarak al-Kabir Tower, che sorgerà in Kwait e farà parte di un progetto straordinario conosciuto come Madinat al-Harir ("Città di Seta"). Per questo colosso si parla di circa 1000 metri, ma per poterlo vedere ultimato dovremo attendere ancora 25 anni.

Insomma, l'ingegneria edile pare in fermento come non mai. ◀

Un'immagine dal basso dell'imponente grattacielo, prossima location del Film "Mission Impossible 4" con Tom Cruise.





II Cori Calcio, il leone torna a ruggire

Di E.M. (foto di Martino Cusano)

Nel mondo dello sport corese si inserisce un nuovo progetto per la promozione calcistica. L'A.S.D. Cori Calcio, una delle società che faranno parlare di sé nel mondo dell'agonismo locale, è stato affiancato per il campionato in corso dalla Naici.

Nel mondo dello sport pontino è nata una nuova partnership che vede il marchio Naici main sponsor dell'associazione sportiva dilettantistica del Cori Calcio. Non è solo una semplice sponsorizzazione all'insegna della promozione dei valori dello sport e dell'aggregazione sociale finalizzata soprattutto nei confronti dei giovanissimi, ma è anche una nuova concezione manageriale con una filosofia in grado di stimolare anche tutta la cittadinanza coinvolgendola intorno alla squadra. L'A.S.D. Cori Calcio, associazione sportiva dalla biografia relativamente giovane ma con forti richiami ai più gloriosi trascorsi di alcune passate gestioni, nella presentazione della nuova prima squadra per il campionato 2011/2012 – evento tenutosi in settembre nella principale piazza corese – ha espresso con vigore proprio gli obiettivi da raggiungere nel prossimo futuro agonistico. La Società, con il recente rinnovo del suo gruppo dirigente, che vede alla presidenza Piero Morucci e "l'abbraccio" del marchio Naici, vuole imprimere un'accelerazione a molti dei progetti messi in cantiere, uno tra i quali sarà sicuramente lo svilup-

po dell'intero settore giovanile e della Scuola Calcio. La squadra corese vuole offrire ai ragazzi il maggior divertimento possibile ed un'attenta formazione sportiva e calcistica, sempre tenendo conto delle capacità individuali e della responsabilità che scaturiscono dall'essere uno dei soggetti incaricati dell'educazione delle future generazioni. Difatti uno degli slogan utilizzati nelle campagne pubblicitarie per il settore giovanile è "Una scuola per la vita e per lo sport". Naici, dal canto suo, e con senso di responsabilità, contribuirà a fare in modo che la nuova dirigenza abbia sempre maggiori strumenti per far sì che tutti i giovani, residenti nel Comune di Cori ma non solo, possano essere messi nella condizione di coltivare una passione sana e formativa. I diversi campionati che vedono concorrere le formazioni dell'A.S.D. Cori Calcio sono da poco iniziati, ma la certezza che già traspare dagli occhi delle persone che credono in questo nuovo progetto, ha come leitmotiv: "La voglia di essere vincenti dentro e fuori dal campo, la volontà di distinguersi in campo e sugli spalti per grazia, rispetto, passione ed educazione".

BARRIERA CHIMICA CONTRO L'UMIDITÀ DI RISALITA



SALVAMURO GEL è una crema gel a base di silano-siloxani che, iniettata all'interno della muratura in maniera facile e veloce, si distribuisce su tutta la superficie formando un'impenetrabile permanente barriera idrorepellente contro l'umidità di risalita, anche nei materiali scarsamente o mediamente assorbenti come il calcestruzzo. SALVAMURO GEL è un prodotto a base acqua e quindi consente l'applicazione anche in locali abitati in quanto non emana cattivi odori. L'iniezione all'interno dei fori avviene in maniera pratica e veloce tramite una apposita pistola manuale contenuta nel kit.



Spatola o rullo...

l'importante è **impermeabilizzare!**



Valeria Abbadi fotografata da Marino Cuervo ©

Fibroguaina®

Guaina liquida fibrorinforzata **a rullo**



Fibroguaina-s®

Guaina liquida fibrorinforzata **a spatola**



FIBROGUAINA (a rullo) & FIBROGUAINA-S (a spatola): Guaina liquida monocomponente antiristagno di facile applicazione, su qualsiasi superficie, per l'impermeabilizzazione definitiva di balconi, terrazzi, coperture e docce.

Elevata elasticità, tenacia e la presenza delle fibre di rinforzo (già all'interno del prodotto), garantiscono un'eccellente e duratura resistenza alla pedonabilità e ai movimenti strutturali evitando la rimozione del supporto esistente.

La resistenza ai raggi solari e a qualsiasi fattore atmosferico (pioggia, gelo e temperature torride) permette sia l'applicazione da lasciare "a vista" che la sovrapposizione di un nuovo pavimento.

FIBROGUAINA & FIBROGUAINA-S sono disponibili nei colori bianco, rosso, grigio e verde, in confezioni da 1 - 5 - 10 e 20 kg.



naici®