naici® Pro

Gennaio / Aprile 2015 - Anno IX numero 26

Periodico di tecnica e attualità

Ci sono tanti modi per proteggersi dal sole ...

scegli quello GIUSTO!

Salvatore®

Il kit pavimentatore

Prodotto all'acqua

Completo di accessori

Resa fino a 10mq

Carrabile

Rivestimento protettivo colorato per pavimenti

Sommario

La copertina rappresenta i nuovi prodotti riflettenti di casa Naici.

Editoriale
03 Avanti… si può! Sempre!

Copertina Storia
04 Dalla natura l'idea di un prodotto ad alta riflettanza

Copertina Tecnica
06 Fibroguaina-S Reflex e W-Reflex, due prodotti destinati al successo.

Vita Aziendale
08 Meeting 2015 tra cultura ed innovazione
14 Seminario Albo Applicatori: IV Edizione!

Focus
10 Dalla crisi al cambiamento
12 Nuovi prodotti!
28 Il più grande show room di Malta

A Colloquio con...
16 Passione e dedizione al fianco dei grandi marchi

Scrivi@Naici
22 Rubrica tecnica

Marketing
25 Salvatore Trasparente Kit, il nuovo espositore
26 Naici.it si veste di nuovo!
27 Al via il tour Open Day 2015!

Viaggi
31 Oman | Mare e deserto lungo la via dell'incenso

Sport
32 Il sogno delle Olimpiadi di Roma 2024

naici® Pro

Direttore Responsabile
Claudio Tranquilli

Direttore Editoriale
Enrico Morucci

Direttore Tecnico
Alessandro Morucci

Direttore Commerciale
Piero Morucci

Segreteria di Redazione, Coordinamento Stampa e Pubblicità
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
I.C.N. S.r.l.

Stampa
Nuova Grafica 87 – Pontinia (Latina)

Hanno collaborato a questo numero:
Alessandro Morucci, Enrico Morucci, Claudio Tranquilli, Angelo Agnoni, Giovanni Spagnol, Nicoletta Lombardi, Manuela Moroni, Antoine Bonello, Stefano Cacciotti, Federico Della Puppa

Numero chiuso il 9 marzo 2015

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.

NAICI ACADEMY ®

Corsi di formazione professionale per la posa di:

Pavimenti e Rivestimenti in Resina

Impermeabilizzanti e Deumidificanti

Offerta formativa:

- corsi tenuti da docenti di provata esperienza
- ampio spazio alle prove pratiche
- kit di prodotti e strumenti per esercitazioni autonome
- materiale didattico completo
- adeguata assistenza tecnica nei lavori
- possibilità di ingresso nell'Albo Applicatori Professionisti Naici ed acquisizione di numerosi vantaggi
- rimborso totale della quota sostenuta in caso di Iscrizione all'Albo Applicatori Professionisti

Partecipare conviene perchè:

- è sempre più forte la richiesta, da parte del mercato, di professionisti che sappiano lavorare con le resine
- una passione può diventare un mestiere redditizio e ricercato
- si acquisiscono le metodologie e le conoscenze giuste per sviluppare lavori a regola d'arte
- si può allargare la propria rete di contatti
- si aumenta la propria offerta di servizi qualificati nei confronti dei propri clienti

INFO ED ISCRIZIONI:
www.naici.it - naiciacademy@naici.it

naici®

info: +39 06 9819416/7 - icn@naici.it
Nettuno (RM)

Avanti...si può! Sempre!

Siamo entrati di corsa nel nuovo anno, ma forse si potrebbe parlare di un continuum organizzativo e commerciale senza sosta che vede la Naici innovarsi, rinnovarsi e crescere. Nuovi prodotti presentati, come quelli riflettenti che si sono guadagnati la copertina di questo numero di NaiciPro, sono alcuni tra gli articoli su cui la Naici punta, al fianco dei prodotti storici, per essere sempre più competitiva sul mercato. E poi ancora con il 2015 si entra nell'era del nuovo ed innovativo progetto aziendale *"Naici Customer Service"* che fa diventare il cliente la longa manus dell'azienda. Potremmo definire, quindi, la Naici una *"struttura di prossimità"* che, oltre a voler vendere i propri prodotti, offre ai propri rivenditori, attraverso questo importante strumento, informazioni, esperienze e competenze. Un progetto di nuova concezione che verrà , ne siamo certi, apprezzato dai nostri rivenditori tanto da far lievitare le future richieste.

Andando oltre va registrata l'ottima organizzazione del Meeting Nazionale che ha portato in azienda, ancora una volta, l'Università grazie all'intervento del Prof. Federico Della Puppa. Fin qui tutte le iniziative, o quasi, che hanno scandito l'inizio del 2015. Ora invece la parte che l'Azienda sta portando avanti con decisione: l'internazionalizzazione. Un settore che continua a essere un argomento attuale sul quale si sta concentrando il management. Dopo il decollo del mercato di Malta che, ha iniziato a produrre frutti, un nuovo insediamento avverrà sul mercato polacco con l'apertura di *"Naici Polska"*. Insomma un fermento pregnante in tutti i settori che agevola attenzione e innovazione. In questo numero, che sarà distribuito anche durante il Made Expo di Milano, evento fieristico al quale l'azienda partecipa per la seconda volta, è possibile leggere di prodotti nuovi, di realtà italiane che hanno successo nel mondo e delle quali la Naici è partner, come la casa vinicola Tenuta Ulisse, e poi ancora sono in evidenza alcune iniziative marketing, per concludere la carrellata di notizie con spigolature da Malta e l'angolo dei viaggi. In chiusura non poteva mancare un richiamo al sogno olimpico di Roma 2024. L'utopia muove il mondo e i sogni molte volte diventano realtà. Questo è anche uno dei leitmotiv aziendali. Buona lettura, perché avanti si puo'!...sempre!

Piero Morucci

Dalla natura
l'idea di un prodotto ad alta riflettanza

di Alessandro Morucci

La storia è piena di casi in cui l'uomo ha provato ad opporsi alla natura e, inesorabilmente, quest'ultima ha sempre vinto. A volte (per fortuna non da tutti) la natura è vista con occhi distorti, come un nemico da combattere, come un impedimento per il raggiungimento dei propri obiettivi. E il più delle volte, purtroppo, non ci si accorge di quanto invece questa possa *"donare"* e non *"togliere"*. La natura è ricca di risorse

e le offre continuamente a noi, senza chiederci nulla in cambio. Da noi pretende solo un po' di rispetto e, se imparassimo a darglielo, riusciremmo a trarne solamente benefici. Prendiamo il sole, ad esempio, una fonte straordinaria di vita che ogni giorno ci fornisce tutto il calore e la luce di cui abbiamo bisogno. Possiamo godere pienamente della sua energia e della sua potenza; sta a noi beneficiarne, senza però incorrere in controindicazioni.

Ad esempio, il sole ci fornisce la preziosa luce ma non possiamo osservarlo direttamente a lungo e senza una protezione, perché subiremmo dei danni. Il fatto poi che il sole sia in grado di portare benefici alla nostra pelle non preclude la necessità di una protezione che eviti invece problemi per la sua salute. Per realizzare la storia di copertina di questo numero, lo staff di redazione di NaiciPro si è completamente immerso nella natura, a conferma di quanto questa sia importante e fonte d'ispirazione per formulare i prodotti Naici. Nell'immagine si vogliono rappresentare diversi tipi di protezione che possiamo utilizzare affrontando il sole nel modo giusto: sullo sfondo si possono notare un cappello, degli occhiali e della crema solare e, a far da cornice ci sono sabbia, mare e sole appunto. A questo punto probabilmente vi starete chiedendo cosa c'entri un manto bianco, disteso sulla sabbia e con al di sopra una spatola ed un rullo intrisi di prodotto? Quale possa essere il nesso tra questi elementi in apparenza cosi contrastanti? E ancora, cosa c'entri tutto questo con un'azienda che produce resine per edilizia? Sembrerà strano ma le affinità sono molteplici, più di quante si possa immaginare. È ben nota l'importanza che poniamo nei confronti delle abitazioni e degli edifici in genere e quanto i nostri materiali risultino determinanti per la protezione degli stessi, siano essi impermeabilizzanti, deumidificanti o pavimentazioni in resina. Con l'arrivo del nuovo anno l'azienda ha voluto ampliare ulteriormente la propria gamma pur rimanendo ovviamente nel proprio settore, dando vita a due nuovi prodotti *"Fibroguaina-s reflex"* e *"W-reflex"*.

Questi due prodotti, oltre a salvaguardare le superfici sulle quali vengono applicati, hanno come caratteristica principale quella di proteggere gli edifici dal sole, proprio come una crema solare o un cappello fanno nei confronti del nostro corpo. Questo è il primo legame quindi, cioè che tutti gli oggetti fotografati in copertina servono a proteggersi dal sole: cappello, occhiali e crema in maniera diretta, utilizzandoli sul nostro corpo; e i due prodotti Naici invece indirettamente, applicandoli sui nostri tetti, terrazzi o edifici in genere. Una guaina liquida da applicare a spatola, una finitura protettiva da applicare a rullo, entrambe di un bianco sorprendente e con la particolarità principale di riflettere i raggi solari ed allontanare così il caldo dalle nostre abitazioni. La scelta di realizzare *"lo scatto"* sulla sabbia, a pochi passi dal mare, è quindi spiegata: volevamo un'immagine che rendesse l'idea del caldo torrido d'estate ma che al tempo stesso trasmettesse serenità, in quanto il sole non deve essere vissuto come un problema ma come un piacere. Volevamo inoltre che l'immagine abbracciasse la natura e contenesse gli elementi fondamentali che ritroviamo nei *"prodotti copertina"*. C'è l'elemento mare, che rappresenta la natura dei due prodotti che sono a base acqua. C'è l'elemento sabbia, che potremmo equipararla alle *"cariche"* che si trovano all'interno di Fibroguaina-s reflex e W-Reflex. C'è la riflettanza, che troviamo sia nell'acqua che nella sabbia, che è la funzione principale dei due prodotti. C'è quindi il caldo e le protezioni necessarie, che ci consentono di trarre soltanto benefici da questa straordinaria fonte di vita, il sole, proprio come natura vorrebbe. •

Fibroguaina-S Reflex e W-Reflex, due prodotti destinati al successo.

di Alessandro Morucci

Con il passare degli anni, con il progredire dell'uomo e delle attività produttive, il fabbisogno energetico è aumentato a dismisura. Ogni attività che svolgiamo quotidianamente ha bisogno di energia e purtroppo per produrla oggi si utilizzano per lo più fonti non rinnovabili e destinate prima o poi a scomparire, come il carbone, il gas, il petrolio ed altre ancora. L'uso responsabile e razionale dell'energia, la riduzione dei consumi energetici è diventata quindi l'unica strada che abbiamo al momento per continuare a guardare al futuro con ottimismo. La climatizzazione degli edifici, soprattutto nelle grandi città, dove le alte temperature portano un notevole aumento dei consumi energetici è diventato da tempo argomento delicato e sotto l'attenzione di tutti. E allora cosa possiamo fare per non rinunciare al comfort e allo stesso tempo salvaguardare la natura? Gli esperti non hanno dubbi: bisogna costruire tenendo conto di un concetto molto elementare, che oltre a ridurre i consumi tramite l'isolamento dell'involucro, possa far raggiungere la massima efficienza energetica attraverso una cooperazione tra gli edifici e gli impianti. Un terrazzo scuro, ad esempio, rispetto ad uno bianco sarà più caldo di oltre 35-40 C° e per raggiungere una temperatura confortevole all'interno del locale sottostante si avrà bisogno di un forte uso di aria condizionata. Ecco quindi come un semplice accorgimento, ovvero l'utilizzo di finiture ad alta riflessione, possa migliorare le condizioni climatiche degli spazi urbani e soprattutto possa ridurre il fabbisogno energetico. I prodotti che si sono guadagnati la copertina sono dei materiali che vanno a posizionarsi proprio in questo mercato e portano l'Azienda ad allargare ulteriormente le proprie competenze nel campo dell'edilizia: FIBROGUAINA-S REFLEX e W-REFLEX sono rispettivamente una guaina liquida impermeabilizzante ed un protettivo per guaine, entrambe con un elevatissimo indice di riflettanza solare (SRI) pari a 111,7 per la prima e 109 per il secondo. Si ten-

ga conto che la SRI di un colore bianco standard è pari a 100; quindi più alto è l'SRI, maggiore sarà la riflettanza solare e quindi la freschezza della superficie. Affinché una superficie non assorba il calore e rimanga *"fresca"* bisogna considerare due importanti caratteristiche che il prodotto deve avere: riflettività ed emissività. La prima indica quanto un materiale *"riflette"* le radiazioni, mentre la seconda indica quanto una superficie è in grado di irradiare nello spazio il calore che ha assorbito. L'indice di riflettanza solare (SRI), definito dall'ASTM E 1980, è un dato che scaturisce dalla combinazione di queste due caratteristiche. Ciò significa che i materiali che vanno a rivestire la superficie devono avere una buona combinazione di riflettività ed emissività. Prendiamo ad esempio un tetto in lamiera: questo ovviamente risulterà essere riflettente, ma a causa della sua bassa emissività si scalderà anche molto; di conseguenza il suo indice SRI sarà molto basso e quindi non idoneo agli scopi. Dopo aver visto le notevoli caratteristiche di riflettanza dei nuovi prodotti Naici, andiamo ora a scoprirne i campi d'impiego per un corretto uso. FIBROGUAINA-S REFLEX è una guaina liquida impermeabilizzante, in emulsione acquosa, e al suo interno ha delle speciali microfibre che servono a conferire al prodotto una maggiore resistenza ai micromovimenti strutturali, evitando la posa di altre armature di rinforzo. È un rivestimento resistente agli ordinari ristagni di acqua ed è quindi applicabile su qualsiasi supporto, in tetti, balconi, terrazzi e coperture in genere a vista. Il prodotto si applica facilmente a spatola ed in sole due mani si riesce ad eseguire il lavoro a perfetta regola d'arte ottenendo un manto impermeabile di un bianco estremo. Un prodotto unico quindi, che svolge una duplice funzione: oltre a garantire un'efficace e totale impermeabilizzazione, FIBROGUAINA-S REFLEX respinge i raggi solari apportando una considerevole diminuzione della temperatura nel supporto e nella struttura sottostante. Il secondo prodotto che si è conquistato i riflettori e il W-REFLEX, ideale per la protezione dai raggi UV e dalle alte temperature estive dei sistemi impermeabilizzanti già in uso. È un rivestimento di finitura liquido, sempre a base acqua, anch'esso rinforzato con particolari microfibre che conferiscono al prodotto ottime prestazioni, rendendolo applicabile in tutte le impermeabilizzazioni già esistenti, anche in via di deterioramento. Idoneo anche per superfici in calcestruzzo, W-REFLEX si applica a rullo o pennello. Due nuovi prodotti per il mercato quindi, che oltre a migliorare direttamente la nostra qualità della vita porteranno dei benefici al sistema collettivo. I vantaggi diretti nell'utilizzo di questi materiali stanno nei minori costi di condizionamento, in un maggiore benessere dentro le abitazioni e nell'abbattimento delle sollecitazioni strutturali dovute ad escursioni termiche. La collettività invece, ovviamente, potrebbe beneficiare di un minore riscaldamento dell'ambiente urbano, di una riduzione di consumi elettrici e di un minore inquinamento dovuto al deterioramento dei materiali attualmente in uso. Insomma, non ci resta che cambiare mentalità se vogliamo salvaguardare l'ambiente in cui viviamo, anche utilizzando le migliori soluzioni impermeabilizzanti e protettive ad alta riflettanza del marchio Naici. •

Dettaglio applicativo del prodotto Fibroguaina-S Reflex

Meeting 2015, tra cultura e innovazione

di Giovanni Spagnol

"Il cliente al centro del mercato", questo è stato il tema trattato durante il meeting annuale svoltosi presso la sede aziendale di Nettuno, che ha visto la partecipazione di tutta la forza vendita presente sul territorio nazionale. Durante le due giornate di lavoro si sono toccati vari aspetti legati al tema dell'incontro e l'incipit è stato sottolineato anche dall'intervento del prof. Della Puppa, docente di Economia alla IUV di Venezia, che con estrema professionalità didattica ha trattato temi relativi all'economia dando rilevanza al *"come porsi"* nei confronti del mercato attuale. Certo è che il mercato dell'edilizia sta attraversando ormai da qualche anno quello che si può definire un cambiamento strutturale e culturale: sempre meno merce, sempre più servizi!

È in questa espressione che si racchiude tutta la fase del cambiamento. Il mercato non è più prodotto-centrico ma cliente-centrico. Ormai il servizio che si dà al consumatore finale deve essere a 360° e

Il cliente al centro del mercato

niente può essere lasciato al caso. Costruire la fedeltà della propria clientela è la fonte di ogni tipo di vantaggio competitivo per cui la focalizzazione sul cliente è divenuta un imperativo strategico per la Naici. Il momento che stiamo vivendo ci impone di passare da un mercato transattivo, dove vigeva la vendita mordi e fuggi e dove l'agente era solo un raccoglitore di ordini, a un mercato fatto di relazioni, un mercato *"liquido"* che non ha bisogno solo di risposte ma di giuste risposte, risposte concrete che vadano a risolvere le problematiche che tutti i giorni ci vengono sottoposte.

Entra in campo la formazione sia verso la forza vendita che verso il rivenditore. Formazione intesa come fare cultura, trasmettere le proprie esperienze nel circuito di relazioni tra azienda cliente e consumatore; iniziare a guardare la propria azienda con gli occhi del consumatore al fine di portare quelle trasformazioni che danno quel vantaggio competitivo che porta alla soddisfazione del cliente. A tutto ciò va aggiunto che il consumatore deve identificare visivamente colui che, con la propria specializzazione, può risolvergli il problema. Nasce, quindi, il progetto *"NAICI CUSTOMER SERVICE"* che consiste nello specializzare i rivenditori e le loro maestranze nei sistemi IMPERMEABILIZZANTI NAICI con dei corsi di formazione della durata di circa 8 ore. Durante questi corsi, tenuti dalla direzione commerciale con il responsabile della formazione, saranno trattate diverse tematiche che toccheranno sia la parte tecnica che quella commerciale. Inoltre all'interno della rivendita sarà allestita l'area NAICI POINT con delle pannellature esplicative dei prodotti impermeabilizzanti, di dimensioni 2m x 4m, corredate di pannelli sui quali sono applicati gran parte dei prodotti impermeabilizzanti.

Momenti del meeting

Si esplica così l'individuazione del cliente specializzato, del cliente che da al consumatore la giusta risposta alla sua esigenza e che, con la sua esperienza, riesce a trasmettere quell'emozione che solo un vero professionista sa fare. •

Dalla crisi al cambiamento.

Informazione e collaborazione per affrontare le sfide del futuro.

di Federico Della Puppa

La crisi che in questi anni ha investito il settore delle costruzioni ha portato ad una una dinamica negativa che ha ridotto complessivamente il mercato del 25% e la sola nuova costruzione del 50%. Sono numeri eclatanti che evidenziano la difficoltà di un mercato nel trovare proprio dentro la crisi stessa le modalità di superamento della congiuntura negativa. Eppure l'etimologia della parola crisi ci può aiutare molto in questo. Crisi deriva dalla radice greca *"krinò"*, che significa separare e decidere. Letteralmente significa *"periodo che separa una situazione da un'altra diversa"*. Non peggiore, differente. In realtà crisi significa *"cambiamento"* e questo cambiamento si manifesta in primo luogo con un rovesciamento delle logiche di mercato. Laddove prima era il mercato a *"bussare alla porta"* delle aziende, dei distributori, dei rivenditori, delle imprese, oggi è esattamente il contrario. Sono le imprese che devono aggredire il mercato, andare in cerca di occasioni e soluzioni. Ma in che modo? Ovviamente utilizzando quello che l'etimologia della parola ci suggerisce: separando e dividendo. Ovvero scegliendo: cosa fare, con chi, come, quando e quanto. In sostanza mettendo in atto una scelta consapevole, una scelta nella quale la conoscenza, le informazioni, la costanza dell'azione, l'organizzazione sono gli elementi strategici e fondamentali per il successo delle attività imprenditoriali. Ma come si aggredisce il mercato oggi? Quali sono i principali elementi sui quali promuovere le azioni? Innanzitutto facendo squadra. Oggi più della capacità e della forza del singolo soggetto, della singola azienda, del singolo imprenditore, vince la logica e la forza della rete, del network. Siamo immersi e viviamo all'interno di network di relazioni personali e anche di relazioni

digitali, di relazioni materiali e immateriali. È questo insieme di connessioni che consente di essere parte di un sistema che può affrontare la crisi se agisce in modo unitario verso un obiettivo comune. Che è e rimane quello di fare profitto. Perché obiettivo dell'impresa, di qualsiasi impresa, è fare profitto. Come farlo, nelle attuali condizioni di mercato? Organizzandosi e decidendo soprattutto *"chi fa cosa"*. La suddivisione dei compiti e delle azioni all'interno del mercato, la specificità e la scientificità delle scelte, garantisce una competitività che può essere motore determinante per il successo. Può esserlo nella misura in cui tutta la filiera agisce per produrre valore per il cliente, una filiera che deve essere sempre più ottimizzata e accorciata per rendere le azioni coerenti con le attese del mercato, anticipando e interpretando le esigenze dei clienti in termini di *"prospettiva"*. Ciò che il mercato chiede oggi è soprattutto la capacità di interpretare i bisogni in modo flessibile, senza agire secondo modalità preconfezionate e preconcette, secondo rigidi canoni di offerta, ma in modo flessibile, adattabile, resiliente. Per raggiungere questo scopo si deve soprattutto puntare sull'unico elemento oggi in grado di costruire valore aggiunto: l'informazione. È l'informazione l'elemento strategico sul quale agire, perché i mercati, come indicato da The Cluetrain Manifesto nel 1999 sono *"conversazioni"* che avvengono tra persone con linguaggi comuni. Bisogna dunque "parlare la lingua dei clienti", essere loro vicini, interagendo e soprattutto utilizzando l'informazione come strumento per conoscere e per decidere. Essere informati per prendere le giuste decisioni, a tutti i livelli della filiera, essendo tutti contemporaneamente trasmettitori, riceventi e ripetitori. Proprio come in un network. E per rendere efficace e non solo efficiente il tutto serve infine una forte volontà, che si deve esprime oggi passando dal modo condizionale a quello presente, trasformando i *"vorrei"* in *"voglio"*, rendendo dunque più stringente e concreta la nostra capacità di stare nel mercato, un mercato che oggi premia solo chi sa proporsi in modo innovativo, trovando nuove soluzioni e nuove opportunità per i clienti, stando loro vicino e fornendo soprattutto servizi e informazioni. È questa la ricetta vincente. •

Nuovi prodotti!

di Enrico Morucci

FLEXIBIT
Sigillante adesivo bituminoso

FLEXIBIT è un sigillante adesivo bituminoso con bassa percentuale di solventi. È di facile impiego, non necessita di primer e aderisce perfetamente su supporti in: allumi-nio, calcestruzzo, laterizi, intonaco (ben coeso e non sfarinante), cera-mica, bitume, ottone e rame. Il prodotto ha una buona adesione anche su supporti umidi ed un'ottima resistenza ai raggi UV e agli agenti atmosferici. FLEXIBIT viene utilizzato per: riempimento di crepe, fori, saldature di vecchie guaine bituminose (anche ardesiate) distaccate o crepate; sigillatura di giunti tra membrane bituminose e supporto in calcestruzzo, tra carter e/o gronde metalliche e calcestruzzo o intonaco.

ENERGY 200 PRIMER
Primer epossidico colorato specifico per ENERGY 200 FINISH

ENERGY 200 PRIMER è un primer ancorante consolidante, di natura epossidica, ad effetto vetrificante e ad alto potere penetrante. Va utilizzato come promotore di adesione su superfici edili, anche molto assorbenti, prima dell'applicazione di ENERGY 200 FINISH. Dopo l'applicazione e la reticolazione delle resine il supporto trattato migliora la sua consistenza ed il suo assorbimento risulterà omogeneo. È disponibile nelle colorazioni in tinta con il colore di finitura (ENERGY 200 FINISH) scelto.

ENERGY 200 FINISH
Rivestimento colorato per pavimenti in calcestruzzo

Rivestimento colorato a base di resine epossipoliammidiche, ENERGY 200 FINISH realizza un manto di buona resistenza all'abrasione, carrabile (con ruote in gomma), con buona impermeabilità all'acqua e agli oli. Dato l'alto potere penetrante svolge un'azione consolidante ed antipolvere sulle superfici di natura cementizia sulle quali viene applicato. ENERGY 200 FINISH è indicato come rivestimento di pavimenti in calcestruzzo industriale.

NP5 FIBRATA
Guaina liquida monocomponente, fibrorinforzata, applicabile a rullo o pennello.

NP5 FIBRATA è una guaina liquida monocomponente, fibrorinforzata, disponibile in vari colori, che forma una membrana elastica ed impermeabile. Le fibre contenute evitano la posa di ulteriori armature, rinforzando direttamente il materiale e garantendo le caratteristiche di moderato calpestio. NP5 FIBRATA è un sistema impermeabilizzante per balconi, terrazzi, lastrici solari, coperture in genere.

FIBROGUAINA-S REFLEX

Guaina liquida monocomponente ad alta riflettanza, fibrorinforzata, antiristagno. Applicabile a spatola o pennello. Indice di riflessione (SRI): 111,7

FIBROGUAINA-S REFLEX è una guaina liquida impermeabilizzante, monocomponente, fibrorinforzata che con l'aggiunta di specifici additivi garantisce una elevata riflessione dei raggi solari abbassando quindi la temperatura del supporto su cui viene applicato. Le fibre contenute evitano la posa di ulteriori armature, rinforzando direttamente il materiale e garantendo le caratteristiche di pedonabilità e adeguate resistenze agli ordinari movimenti strutturali causati da vibrazioni e cambiamenti di temperature. FIBROGUAINA-S REFLEX è un sistema impermeabilizzante applicabile su qualsiasi supporto: tetti piani, balconi, terrazzi, lastrici solari e coperture in genere dove si voglia garantire la riflessione dei raggi solari, diminuendo la temperatura del supporto.

W REFLEX

Rivestimento di finitura microfibrato ad alta riflettanza applicabile a rullo o pennello, con indice di riflessione (SRI) 109.

W REFLEX è un rivestimento di finitura composto da resine sintetiche e particolari additivi che lo rendono altamente riflettante. W REFLEX garantisce una riflessione dei raggi solari, abbassando quindi la temperatura della superficie sulla quale viene utilizzato. Applicabile facilmente su qualsiasi supporto W REFLEX possiede un'elevata elasticità, è ispezionabile e resistente ai raggi solari e agli ambienti marini.

W REFLEX viene utilizzato come finitura di: sistemi impermeabilizzanti in resine sintetiche, membrane bituminose tradizionali e ardesiate (sane). Idoneo anche per superfici in calcestruzzo.

CEMENGUAINA FIBRATA

Guaina liquido bicomponente cementizia fibrorinforzata, antiristagno ad alta pedonabilità. Idonea all'incollaggio diretto di pavimenti e piastrelle – colorata

CEMENGUAINA FIBRATA è una guaina liquida fibrorinforzata di natura resinosa cementizia, costituita da: Componente A: Dispersione in acqua di resine, fluidificanti, additivi e fibre di rinforzo selezionate. Componente B: miscela di cementi speciali ed additivi selezionati. La sua fluidità ne permette una facile e veloce applicazione a spatola. A maturazione avvenuta CEMENGUAINA FIBRATA presenta una totale impermeabilità all'acqua, ed ineguagliabili caratteristiche di elasticità e di resistenza a qualsiasi temperatura e cicli di caldo/gelo. CEMENGUAINA FIBRATA può essere applicata sulla maggior parte dei supporti, anche leggermente umidi, ed anche a basse temperature. È il perfetto sistema impermeabilizzante per tetti piani, balconi, terrazzi, lastrici solari, coperture in genere. È ideale anche per impermeabilizzare docce e vasche da bagno.

SEMINARIO ALBO APPLICATORI:

IV Edizione!

di Angelo Agnoni

Il 27 febbraio scorso, presso la sala conferenze aziendale, ha avuto luogo il *"Seminario Naici Academy"*, consueto appuntamento annuale giunto alla quarta edizione e riservato agli Applicatori Professionisti Naici iscritti all'Albo, sia nei pavimenti e rivestimenti in resina che nelle impermeabilizzazioni. Una ricca giornata tecnico-formativa, presieduta dal direttore del Naici Academy Angelo Agnoni, durante la quale sono state presentate le novità di prodotto su entrambe le linee, affrontandone le varie tematiche tecniche. Nel corso dell'intera mattinata, agli applicatori presenti in sala, sono state quindi esposte le nuove *"armi"* messe al loro servizio: CEMENGUAINA FIBRATA, FIBROGUAINA-S REFLEX, W-REFLEX, NP5 FIBRATA, FLEXIBIT, ENERGY 200 PRIMER, ENERGY 200 FINISH. Nuovi prodotti, ad alto valore aggiunto, che ampliano e migliorano l'offerta.

Il seminario è proseguito, nel primo pomeriggio, con un intervento di Marketing da parte del Dott. Claudio Tranquilli, che ha voluto porre l'attenzione sulle corrette strategie di vendita per affrontare il mercato sempre con la massima efficacia e professionalità. È stata poi la volta della presentazione del nuovo sito internet Naici.it che, oltre ad offrire un adeguato supporto tecnico e commerciale, prevede una sezione speciale riservata proprio agli iscritti all'Albo Applicatori, ai quali viene offerta l'opportunità di porsi in mostra con i propri lavori effettuati e poter così ricevere richieste da parte degli utenti web.

La classifica finale della
"Spatola d'Oro 2015"

1° Classificato:
Nicola Luciano Moretti

2° Classificato:
Gianluca Tarantino

3° Classificato:
Sergio Fuschiotti

4° Classificato:
Angelo Faustini

5° Classificato:
Leonardo Fina

A seguire, infine, dopo la consegna delle tessere alle *"new entry"* dell'Albo e la promozione dei vari professionisti *"Junior"* e *"Senior"*, uno dei momenti clou tra i più attesi dell'evento: la proclamazione della *"Spatola D'Oro 2015"* che, a seguito dei lavori presi in considerazione nell'ultimo anno, è risultato essere l'abruzzese Nicola Luciano Moretti.

Anche questa edizione del premio ha visto gareggiare molti applicatori che hanno dato tutti dimostrazione di ottime capacità; operatori in grado di realizzare lavorazioni particolari e davvero ben eseguite. La commissione, a volte con non poche difficoltà, si è dovuta quindi cimentare tra ottime esecuzioni a dover selezionare la risultante *"top five"*.

Il Seminario 2015 si è svolto con l'obiettivo di rafforzare ancor di più la sinergia tra Azienda e gli applicatori iscritti all'Albo, con l'intenzione di rendere sempre più operativa questa stretta collaborazione e crescere, ognuno nel proprio ambito, in maniera esponenziale. Incontri, questi, che sono occasione di confronto, utili ad aumentare le intese, il legame professionale e, possiamo dirlo, anche di amicizia. E che, giorno dopo giorno, portano a molteplici soddisfazioni in campo applicativo ed in termini di specializzazione. La creazione di un gruppo di operatori specializzati distribuiti su tutto il territorio nazionale, il continuo feedback ed il miglioramento continuo, fanno del Naici Academy e del suo Albo Applicatori una vera perla aziendale. L'economia della conoscenza, pensata come interscambio di informazioni e di know-how, è uno dei punti saldi del core business Naici ed una delle attività cardine delle strategie aziendali del presente e degli anni a venire.

Arrivederci al prossimo seminario! •

Nicola Luciano Moretti 1° Classificato con il Direttore della Formazione Angelo Agnoni

Passione e dedizione al fianco dei grandi marchi

di Claudio Tranquilli

La Tenuta Ulisse, fondata nel 2006, a meno di dieci anni dalla sua nascita, è già un marchio simbolo del rinascimento enologico dell'Abruzzo. Il Territorio e la Tenuta sono un binomio di moderne sperimentazioni e di una storia secolare fatta di successi e di condivisione. Parlare della Tenuta Ulisse implica, di conseguenza, parlare anche di Naici. Perché, in un affiancamento che di primo acchito può sembrare azzardato – la prima produce il cosiddetto nettare degli Dei direttamente dalla natura, il secondo pone la chimica al servizio dell'ambiente –, le due realtà economiche sono venute in contatto per il solo scopo di esaltare il mondo della produzione vinicola. Prima di entrare nell'argomento, proviamo a conoscere meglio come nasce la casa Vinico-

la che, seppur giovane come abbiamo detto, affonda le sue radici agli inizi del Novecento. Come ci racconta Gianfranco Ulisse, il padre di Luigi ed Antonio, la generazione che ha impiantato la "nuova" storia di famiglia: *"Nasco a Pescara nel 1949 e ho sempre mantenuto viva la volontà di lavorare nel mondo del vino. Per far diventare il mio sogno e quello dei miei figli una realtà economica di successo, tutto è stato pensato, ritengo anche in maniera molto intelligente, dalla mia musa ispiratrice: mia moglie. Una donna che mi è stata sempre al fianco in ogni scelta ed è stata la creatrice e la curatrice, oltre ad essere una persona a cui piace la terra; per questo la definirei una persona con i piedi ben piantati al suolo, ma con la mente libera".*

Un momento delle visite scolastiche presso la Tenuta Ulisse

La Tenuta Ulisse prende corpo, quindi, con vigneti coltivati con sapienza ed esperienza dalla stessa famiglia che, grazie alla ricerca, ad ogni vendemmia fa nascere un nuovo capolavoro. Ad avvalorare questa tesi è proprio la Signora Maria Antonucci, l'ispiratrice della Famiglia Ulisse, che ci illustra ancora meglio questa storia di successo: *"Sin da ragazza ho sempre amato la terra e il mio territorio, ritenendo la campagna la vera natura dell'uomo. Proprio per questa mia visione tutti i fine settimana, con la mia famiglia ed i miei piccoli, andavamo in campagna e nei boschi: io facevo l'insegnante di professione ma ho dedicato tutto il mio tempo libero alla terra. Penso che sia la passione che uno si porta dentro a far si che le visioni diventino realtà. Se poi i bambini piccoli li porti sempre con te e gli mostri quello che ami stimolando la loro curiosità non può che nascere la passione anche in loro. Ed è per questo che*

La Signora Maria e il Signor Gianfranco della Tenuta Ulisse

... ai grandi dico sempre di bere poco e bere soprattutto bene.
I bambini, invece, vanno educati alla cultura del vino e del buon bere

Nicola Luciano Moretti

Lavori alla Tenuta Ulisse

Il parere dell'Applicatore Nicola (Luciano) Moretti, nato il 13 dicembre del '66, da neofita nell'applicazione delle resine ad Applicatore Professionista (grazie al Naici Academy); vi si sta dedicando con molta passione ed uno di questi è proprio il lavoro di cui stiamo parlando.

"È stato un lavoro molto complesso perché ho dovuto recuperare le pendenze dei massetti, chiudere tutte le tracce degli impianti esistenti e dove oggi c'è questo splendido pavimento un tempo c'era un impianto di imbottigliamento". È soddisfatto del lavoro e del risultato finale e quindi Moretti continua illustrando anche i materiali Naici adoperati: *"Per quanto riguarda la ripresa delle pendenze ho utilizzato NAI CM RE-LEVEL, mentre per chiudere le tracce ho utilizzato il NAI CM RIPRISTINO, quindi ho fatto una bella rasatura con NAI CM RASANTE ULTRA additivato con con NAI BY 19. Per quanto riguarda il fondo di preparazione per la finitura in resina, ho effettuato il ciclo barriera a vapore IGROTAN".*

Quali sono state le problematiche che più di altre ti sei trovato ad affrontare e risolvere: *"Non ho riscontrato grosse problematiche anche perché essendo un neofita delle resine ho lavorato con molta scrupolosità e comunque con molta attenzione, cercando di eliminare i difetti al massimo, per avere un risultato finale ottimale e il cliente ne è rimasto entusiasta e tutt'ora ne parla bene. Voglio sottolineare comunque che dietro al marchio Naici c'è un'azienda, strutturata, con dei tecnici professionisti che mi hanno seguito ed aiutato. Un ringraziamento particolare all'Agente Manuel Croce e al Capo Area Raffaele Mattioli che mi hanno seguito e supportato durante il periodo di intervento. Tutto questo è il valore aggiunto di questo lavoro e della mia attività".* In una zona di vigneti, ed ulivi secolari, la resina essendo un materiale moderno si lega bene? *"Si perché è comunque un prodotto molto versatile, utilizzabile in qualsiasi contesto. Poi ora va di moda commistione tra moderno e antico e il risultato estetico che ne scaturisce a me piace tantissimo".*

l'azienda di mio padre, che sembrava destinata a finire essendo io figlia unica, grazie ai miei ragazzi, Luigi e Antonio, è tornata a nuova vita e con un nuovo percorso fatto di studio, ricerca e soprattutto rispetto per la natura che ci circonda".

Insomma si parla di vino e soprattutto di ricerca legata a questo prodotto, ma Gianfranco tiene a sottolineare che: *"Dietro a tutto questo c'è molto lavoro e dedizione. Noi siamo una famiglia molto unita e questo ci ha permesso di crescere ed andare avanti lavorando tanto e divertendoci allo stesso tempo".* Ed è il divertimento dei bambini ed il loro vociare che attira la nostra attenzione poiché nel momento dell'intervista la Tenuta era letteralmente invasa dai bambini. Chiediamo al signor Gianfranco come mai dei bambini fanno visita a una cantina: *"Semplice, ai grandi dico sempre di bere poco e bere soprattutto bene. I bambini, invece, vanno educati alla cultura del vino e del buon bere".* Gli fa eco la signora Maria che a tal proposito dice: *"I bambini devono comprendere che nel vino in genere, e nel nostro in particolare, c'è tutto il nostro passato, la nostra storia, la storia dell'uomo; poiché Il vino è antico come l'uomo e ne racconta la sua storia. Il vino è il frutto del nostro territorio ed il frutto della vita passata che ci proietta nel futuro, per questo motivo molte scolaresche ci fanno visita e noi ne siamo felici".*

Per introdurre, invece, la presenza della Naici al fianco della Tenuta Ulisse abbiamo dia-

La Famiglia Ulisse insieme con Raffaele Mattioli, Nicola Luciano Moretti e Manuel Croce

logato con Luigi Ulisse, uno dei proprietari, il quale ci ha detto che: *"Noi siamo un'azienda fortemente innovativa, ma al tempo stesso molto legata alle nostre origini ed alle nostre tradizioni. Questo ha voluto quindi che noi utilizzassimo un materiale (la pietra) presente laddove ramificano le nostre origini. Dove sono impiantate le nostre viti proprio li ove è presente questa pietra. Nel contempo ci riteniamo innovativi poiché abbiamo voluto modernizzare questo connubio tra il passato e futuro abbinando alla pietra presente sul territorio le resine. Ho fatto delle ricerche su questa materia prima e ho notato che tra i marchi italiani quello che più si sposava meglio con le nostre esigenze era il brand Naici".* Ma come può un'azienda chimica essere vicina al mondo del vino? Per scoprirlo continuiamo a dialogare col signor Luigi che dice: *"Nell'Azienda Naici ho trovato un'entità in grado di sobbarcarsi sia le responsabilità e sia gli oneri di una sperimentazione all'interno di un'azienda come la nostra. Noi siamo un'azienda agricola che davanti a tutto mette la propria faccia, prendendoci tutte le responsabilità del caso, e la Naici ha fatto lo stesso divenendo un'azienda partner della nostra Tenuta riuscendo a realizzare questo splendido risultato".*

Un risultato che riesce a esaltare sia la pietra che le bottiglie di prezioso nettare accostando tradizione ad innovazione: *"Sono molto soddisfatto del risultato – dice ancora il signor Luigi – qualsiasi persona che viene in questo splendido locale rimane profondamente meravigliata dalla fusione di questi due materiali che si accostano in maniera eccezionale, dove uno esalta l'altro in un perfetto equilibrio di materia e di sostanza".* Allargando il discorso chiediamo anche a Luigi di illustrarci la presenza dei bimbi all'interno della tenuta: *"La presenza dei bambini è una componente fondamentale sulla quale noi vogliamo andare a puntare. Per lungo tempo il settore agroalimentare è stato un po' tralasciato tant'è che c'è uno scarso ricambio generazionale. Noi riteniamo che ci sia bisogno di ritornare li dove l'Italia ha fatto grande il suo nome e quindi ripartire proprio dal settore agroalimentare e per questo i bambini, sin dalla più tenera età, devono accostarsi a questo mondo, li dove sono imperniate le loro radici, nel territorio".* Insomma una grande famiglia che tiene saldamente in mano un grande prodotto. Come vi siete divise le vostre competenze: *"Io mi occupo delle vendite e del*

L'antica pietra arenaria proveniente dai nostri territori e il legame con la resina, elemento moderno

marketing aziendale, mio fratello si occupa della produzione, ma non posso dimenticare mio nonno Antonio che è la fondamenta, le origini di questa azienda. Colui che ci ha avvicinato a questo mondo. Per noi è stato un ricongiungerci alle nostre origini, tornare a fare quel che facevamo. Noi siamo nati come azienda da meno di dieci anni, accettando e rilanciando gli obiettivi di mio nonno. Imponendoci sul mercato e inserendoci tra le prime tre aziende più rappresentative d'Abruzzo; grazie all'abbinamento tra tradizione ed innovazione".

Un'altra figura, molto importante per l'azienda, è Marco Di Paolo, responsabile commerciale estero, che dice: *"L'inizio dell'attività risale al 2006 quando i due fratelli Antonio e Luigi hanno voluto dare continuità all'attività del padre e, ancor prima, del nonno; cercando di dare un'impronta moderna ai vini autoctoni (Montepulciano D'Abruzzo, Pecorino, Cocucciola) abruzzesi. In pochi anni l'azienda si è imposta sia sul panorama nazionale che all'estero (principalmente in nazioni dell'area euro come Danimarca, Olanda, Inghilterra). Tutti i vini sono prodotti ed imbottigliati in cantina, non vendiamo vino sfuso e non compriamo vino sfuso e non facciamo neanche la grande distribuzione. Pertanto facciamo un vino che si rivolge unicamente ai professionisti quali ristoranti, wine bar ecc".* E allora, ancora al responsabile commerciale, la domanda sulla Naici corre d'obbligo sulla commistione tra questa tenuta, il materiale proveniente dal territorio e le resine: *"Il connubio lo vedo bene e il risultato lo trovo eccellente e indovinato. L'antica pietra arenaria proveniente dai nostri territori e il legame con la resina, elemento moderno, è molto azzeccato soprattutto per il nostro territorio, per il nostro stile di vita e per risaltare ancor più la nostra eccellente produzione".* •

L'Agente al servizio del cliente

A seguire i lavori alla Tenuta Ulisse anche l'Agente di zona Naici Manuel Croce, sposato da tre anni con Annalisa Prosperi, anche lui visibilmente soddisfatto: *"Sono in azienda da due anni e mi trovo molto bene, poiché ritengo i prodotti eccezionali e l'Azienda è molto funzionale. Quest'ultimo lavoro è stato molto importante poiché ha richiesto la nostra presenza e, di riflesso, mi ha dato anche molta visibilità. I prodotti che colloco maggiormente sono l'intera linea degli impermeabilizzanti: dalla Cemenguaina, alla Fibroguaina, Fibrodark e NP5 Dark, tutti prodotti davvero eccellenti".* Soddisfatto anche del rapporto con il capoarea Raffaele Mattioli: *"Ho un costante scambio di opinioni e lo considero perfetto perché sa rispondere a qualsiasi quesito io gli possa sottoporre".*

(foto in alto: Nicola Luciano Moretti, Raffaele Mattioli, Manuel Croce)

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 le proprie competenze tecniche ed esperienze al servizio di varie problematiche.
Richiedi anche tu un consiglio scrivendo a scrivi@naici.it

CEMENGUAINA

Buongiorno, Stavo visionando un vostro prodotto impermeabilizzante (Cemenguaina) e volevo chiedere se il prodotto può essere applicato direttamente su superfici in legno. Ringraziandovi anticipatamente attendo un Vostro chiarimento. Cordiali Saluti (Stefano B. Roma)

In riferimento al Vs. quesito, si evidenzia che prima dell'applicazione di Cemenguaina su un supporto in legno, è necessaria la posa dell'ancorante monocomponente denominato "NAI 45", in un consumo medio di circa 200 gr/mq. Entro 3 ore dall'applicazione di questo, potrà tranquillamente procedere all'applicazione di "Cemenguaina".

NAI CM OSMOTICO B.S.

Salve, devo impermeabilizzare un pozzetto in cui entra acqua in controspinta di cui non conosco la pressione, ma credo sotto i 5 bar. Il supporto non è soggetto a calpestio né ad usura meccanica, pertanto mi sembra di aver individuato nel "NAI CM OSMOTICO basso spessore" il prodotto giusto. Vi sottopongo alcuni quesiti:
1) dopo aver applicato il prodotto devo per forza fare uno strato successivo di malta o altro per ricoprirlo, o lo posso lasciare come ultimo strato?
2) I dati di resistenza alla pressione che avete indicato nella scheda tecnica, valgono anche in controspinta? (Rodolfo L. Perugia)

In riferimento ai quesiti posti, si sottolinea che il "Nai CM Osmotico B.S." può restare anche come ultimo strato tenendo conto che, se trascorso un periodo di circa 24 ore dall'ultima applicazione non permetterà più l'adesione ad alcun tipo di rivestimento. Riguardo i dati indicati nella scheda tecnica del prodotto relativi la pressione, essi sono riferiti sia alla spinta positiva che negativa.

SALVAMURO GEL

Salve, dovrei effettuare un lavoro di risanamento di una piccola abitazione con problemi di umidità in risalita capillare e vorrei sapere come operare su muri in foratino, spessi circa 10cm. Ho letto che il vostro kit può essere utilizzato anche su questo tipo di muratura e vorrei sapere come operare. Da quello che ho capito dovrei forare vicino alla base del forato: ma nella zona dove si accostano gli uni agli altri (per intenderci nella zona dove è presenta la malta) o altrove? Il gel deve penetrare anche all'interno delle "camere del forato" o andare ad imbibire solo la malta?

I forati su cui andrei ad operare hanno due camere interne: devo operare la foratura sulla malta che li unisce orizzontalmente (per capirci la malta presente sul lato sinistro e destro tra i forati) oppure su quella verticale (malta che unisce le file di forati)? Sarei contento di avere il maggior numero di informazioni possibili. Grazie dell'aiuto. (Emiliano M. Pescara)

La realizzazione della barriera chimica su muro in forati prevede la realizzazione di fori di diametro 14 mm (anziché 12 mm necessari nella muratura piena); questo in modo da permettere l'inserimento della "bussola retinata" che servirà a contenere il prodotto, evitandone la dispersione e favorendone la corretta diffusione. I fori vanno realizzati in orizzontale, a circa 2-3 cm dal giunto di calce. Nel caso di muri in mattoni o laterizio "faccia a vista", invece, i fori vanno realizzati su due linee con foro inclinato e realizzato nell'incrocio tra i tre mattoni (dove la zona è più larga). Per farVi comprendere meglio, alleghiamo sul sito internet www.naici.it è possibile scaricare il manuale tecnico per l'applicazione di Salvamuro Gel, in cui sono presenti le modalità e casi di applicazione, con relative immagini. (link diretto: http://www.naici.it/public/upload/manuali/salvamuro%20gel_bassa.pdf). •

casone® S.p.A.

Azienda leader nella produzione di contenitori in plastica multiuso

Casone S.p.a., azienda leader nel settore, produce e commercializza, dal 1973, contenitori in plastica destinati al mercato chimico, alimentare, ospedaliero e farmaceutico.
I contenitori sono disponibili in oltre 70 modelli, di varie forme (conici, ovali, cilindrici e rettangolari) e personalizzabili. Particolarmente indicati per chi necessita di imballaggi robusti, dotati di pareti rinforzate, adatti ad essere stoccati su più altezze e movimentati in condizioni difficili (lunghi trasporti e temperature elevate).
Casone S.p.a. mette a disposizione la propria esperienza di oltre 40 anni anche per la realizzazione di nuovi articoli e per l'analisi di problematiche tecniche specifiche, nella convinzione che la flessibilità operativa, l'interazione ed il dialogo con gli utilizzatori possano creare una sinergia positiva e duratura tra cliente e fornitore.

CASONE SPA Via Mainino, 12 43015 Noceto PR
tel + 390521668811 - fax + 390521668822 - e-mail: info@casone.it - www.casone.it

Salvatore Trasparente Kit, il nuovo espositore

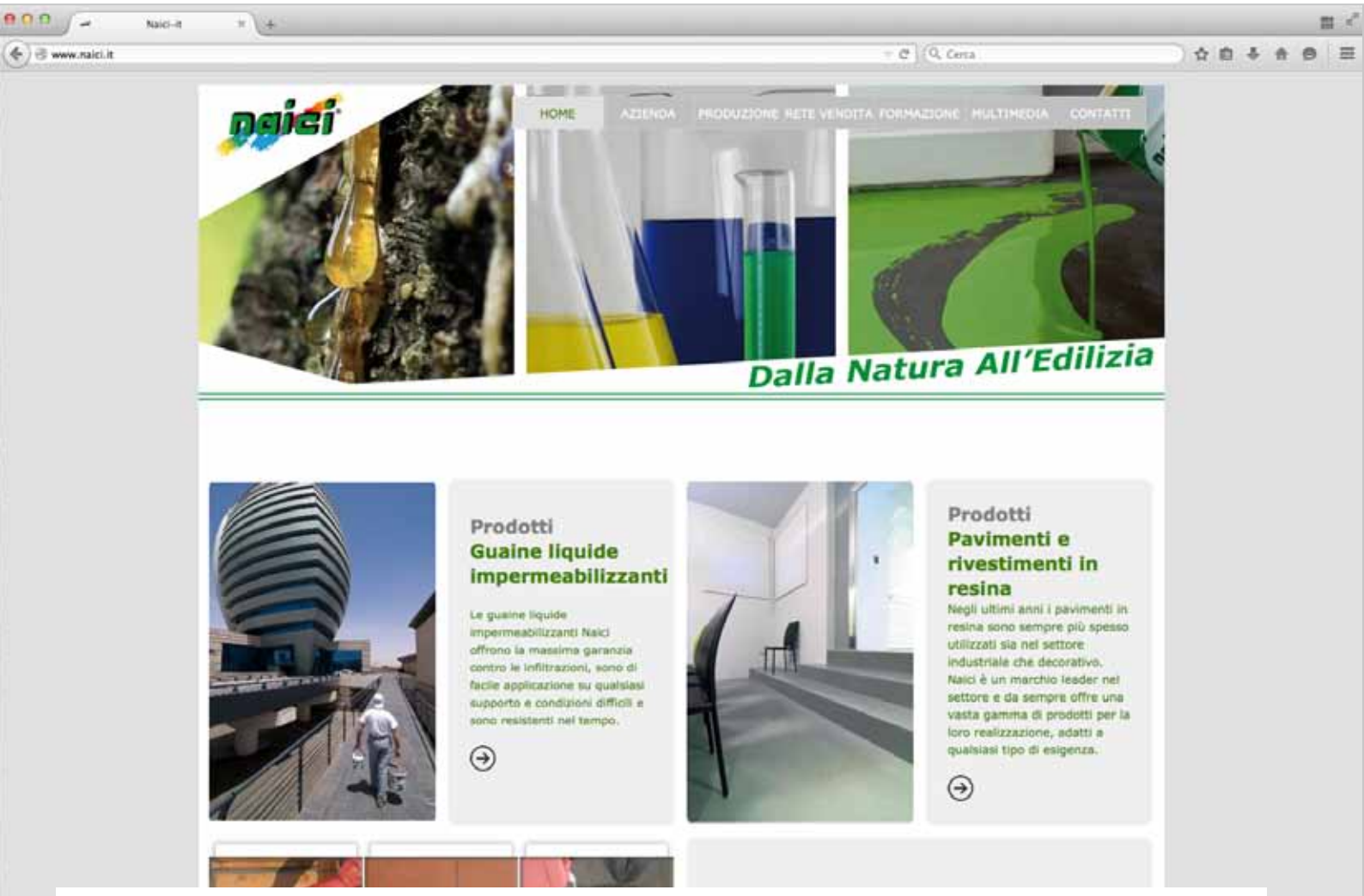
di Manuela Moroni

Al via, dai primi giorni di febbraio, la distribuzione del nuovo espositore Salvatore Trasparente: uno dei prodotti di punta dell'azienda nel settore *"Fai da Te"*. L'espositore, alto poco meno di un metro, è stato concepito per contenere al suo interno sei confezioni impilate in verticale, in risposta alle esigenze del distributore target. Un nuovo concept capace di fondere in un unico spazio la proposta comunicativa del Marchio ed un pratico posizionamento del prodotto all'interno della rivendita.

Il Kit Salvatore Trasparente nasce oltre cinque anni fa e diviene subito un prodotto di punta della produzione Naici, riscontrando il favore della rete vendita e l'interesse di quella clientela sempre pronta ad offrire soluzioni per il mercato del *"Fai da Te"*. Distribuito in due formati (idonei a trattare 15 o 75 metri quadrati) si presta benissimo a risolvere problematiche di infiltrazione causate sia dalla presenza di microfessurazioni che dall'eccessivo assorbimento dei materiali stessi o degli stucchi utilizzati per la propria sigillatura.

Il nuovo espositore, in un mercato sempre più esigente, rientra tra le politiche di marketing volte a fornire un adeguato connubio tra packaging e messaggio pubblicitario. Carattere di novità e presenza del Marchio all'interno della rivendita.

"Salvatore", icona dell'uomo di tutti giorni, continua il suo percorso di operatore nel campo dell'edilizia aiutando a proteggere dalle intemperie e dall'usura le nostre case, i nostri beni. •



Naici.it si veste di nuovo!

di Stefano Cacciotti

Le aziende rincorrono il passo lungo dell'innovazione digitale, adattandone le specificità, programmando azioni tarate per un pubblico tanto eterogeneo quanto esigente. In quest'ottica, lo strumento ad oggi riconosciuto come il più completo ed efficace, è senz'altro Internet. Per questo il marchio Naici ha voluto inaugurare il nuovo anno rinnovando la grafica e la navigabilità del proprio sito. Contenuti chiari e approfonditi sulla propria organizzazione aziendale consentono ai fruitori di richiedere informazioni sul prodotto e individuare la soluzione più adatta alle proprie esigenze. Una navigazione, a sezioni, intuitiva e con diverse e ricche gallerie fotografiche. Tutto il materiale informativo, ovviamente, è liberamente scaricabile per una rapida consultazione.

L'Azienda inoltre, in un'ottica di continua inclusione di know how e professionalità, ha voluto riservare uno spazio importante all'illustrazione della divisione formazione; specificando il relativo percorso formativo del Naici Academy e degli operatori iscritti all'Albo Professionisti Naici, ramo *"Impermeabilizzanti e Deumidificanti"* o dei *"Pavimenti e Rivestimenti in Resina"*.

Il nuovo Naici.it, altamente scalabile ed intuitivo, si presta ad una comunicazione immediata, nella quale a farla da padrone è il rapporto semplificato con i clienti finali: un'informazione efficace è il primo passo verso il successo. •

Al via il tour Open Day 2015!

di Enrico Morucci

Da oltre cinque anni l'Azienda, grazie alla formula del *"Naici On The Road"*, percorre in lungo e largo la Penisola per mostrare la propria specializzazione tecnica e l'intera gamma dei prodotti. Un lungo *"cammino"* fatto di applicazioni dal vivo, nel quale i professionisti Naici continuano a incontrare il tessuto reale dell'Italia che lavora. Tante persone, tecnici capaci e curiosi; una narrazione fatta di relazioni create e di partnership sempre in costante sviluppo.

Gli Open Day targati Naici altro sono la volontà di formare ed informare coloro i quali quotidianamente operano sul mercato degli impermeabilizzanti, dei deumidificanti e delle finiture in resina. Conoscerli immergendosi nel proprio territorio e guadagnare in esperienza. L'ascolto attivo e la costruzione di hub di professionisti sono da sempre uno degli strumenti privilegiati del marketing Naici: in un mercato sempre in eterna evoluzione dove le relazioni e i nodi di contatto sono il valore aggiunto in un'azienda votata al cliente.

Il 2015 per molti sarà l'anno della svolta nell'economia dell'edilizia e del sistema Italia in generale, ma la Naici, intanto, continua ad aggredire il mercato in continuità con l'azioni intraprese gli scorsi anni, continuando ad essere costantemente presente sul territorio. Incoraggiando i propri partner ad amplificare la voce dell'azienda ed insieme continuare a parlare di innovazione, di qualità, di pensiero verde e futuro! •

I numeri del Tour 2014

Corsi informativi: **24**
Riunioni Tecniche: **54**
Open Day: **152**

Il più grande showroom di Malta per sistemi impermeabilizzanti e pavimenti in resina

di Antoine Bonello

Il 15 Dicembre 2014, a Malta, con l'illustre partecipazione del Segretario Parlamentare per la competitività e la crescita economica Dr. Jose Herrera e di importanti architetti, designer e imprenditori edili, è avvenuta l'inaugurazione dell'esclusivo showroom Naici *"The Resin and Membrane Centre"*. L'Azienda, per l'occasione, è stata rappresentata dal direttore dell'internazionalizzazione Alessandro Morucci. Padre Mario Agius ha consacrato l'iniziativa con la benedizione dei locali e dei partecipanti, sugellando così il via ufficiale all'iniziativa e al termine della serata, una targa commemorativa è stata scoperta dal ministro.

Ogni grande viaggio inizia con un singolo passo e l'apertura del *"The Resin and Membrane Centre"* vuole rappresentare un passo verso il futuro nel mercato delle impermeabilizzazioni e delle finiture in resina. Lo showroom espone con orgoglio i prodotti Naici, marchio di garanzia ed affidabilità di un *"Made in Italy"* da oltre trent'anni sul mercato. La scelta di proporsi sul mercato maltese è stata motivata naturalmente anche dal riguardo per l'ambiente, tema fondamentale per l'isola. Per questo introdurre i prodotti Naici è stato abbastanza semplice. Sono affidabili, resistenti e prodotti nel rispetto delle normative ambientali, in grado di soddisfare al meglio tutte le moderne esigenze di costruzione abbattendo costi e problematiche inquinanti dovute, ad esempio, allo smaltimento dei rifiuti. Da sempre, sin dal 1984, il marchio Naici è leader nel settore delle resine.

The *"Resin and Membrane Centre"* si propone anche come scuola per gli applicatori maltesi, che potranno così imparare ad utilizzare correttamente i prodotti impermeabilizzanti e a creare pavimenti e pareti artistiche in resina. Tutto questo è possibile grazie alla *"Naici International Academy"* che sarà da ora attiva anche a Malta!

Lo showroom nasce quindi con lo scopo distribuire tutti i prodotti Naici nel territorio maltese, rifornendo in maniera rapida ed efficace tutti i rivenditori e l'industria locale in generale. The Resin and Membrane Centre opera quindi a 360° su tutte le esigenze di impermeabilizzazione e pavimentazioni in resina, riuscendo quindi ad offrire ogni tipo di servizio: sopralluoghi, consulenza tecnica, assistenza su cantieri e prestazioni d'opera. E' possibile conoscere la realtà del "The Resin and Membrane Centre" visitando personalmente lo showroom che si trova nella parte centrale dell'isola, al 264 della Vecchia Ferrovia St Venera; oppure via internet, tramite il sito "www.theresincentre.com" o attraverso Facebook ricercando "The Resin and Membrane Centre". •

The biggest showroom of Malta for waterproofing systems and resin floors

On December 15, 2014, in Malta, with the eminent participation of Parliamentary Secretary for to the competitiveness and economic growth Dr. Jose Herrera and prominent architects, designers and builders, there was the opening of the exclusive showroom NAICI "The Resin and membranes Centre ". The Company, for the occasion, was represented by the Director of Internationalization Alessandro Morucci. Father Mario Agius has consecrated the initiative with the blessing of the premises and of the participants, thus declaring the official "start" at the initiative and, at the end of the evening, a commemorative plaque was uncovered by the Minister.

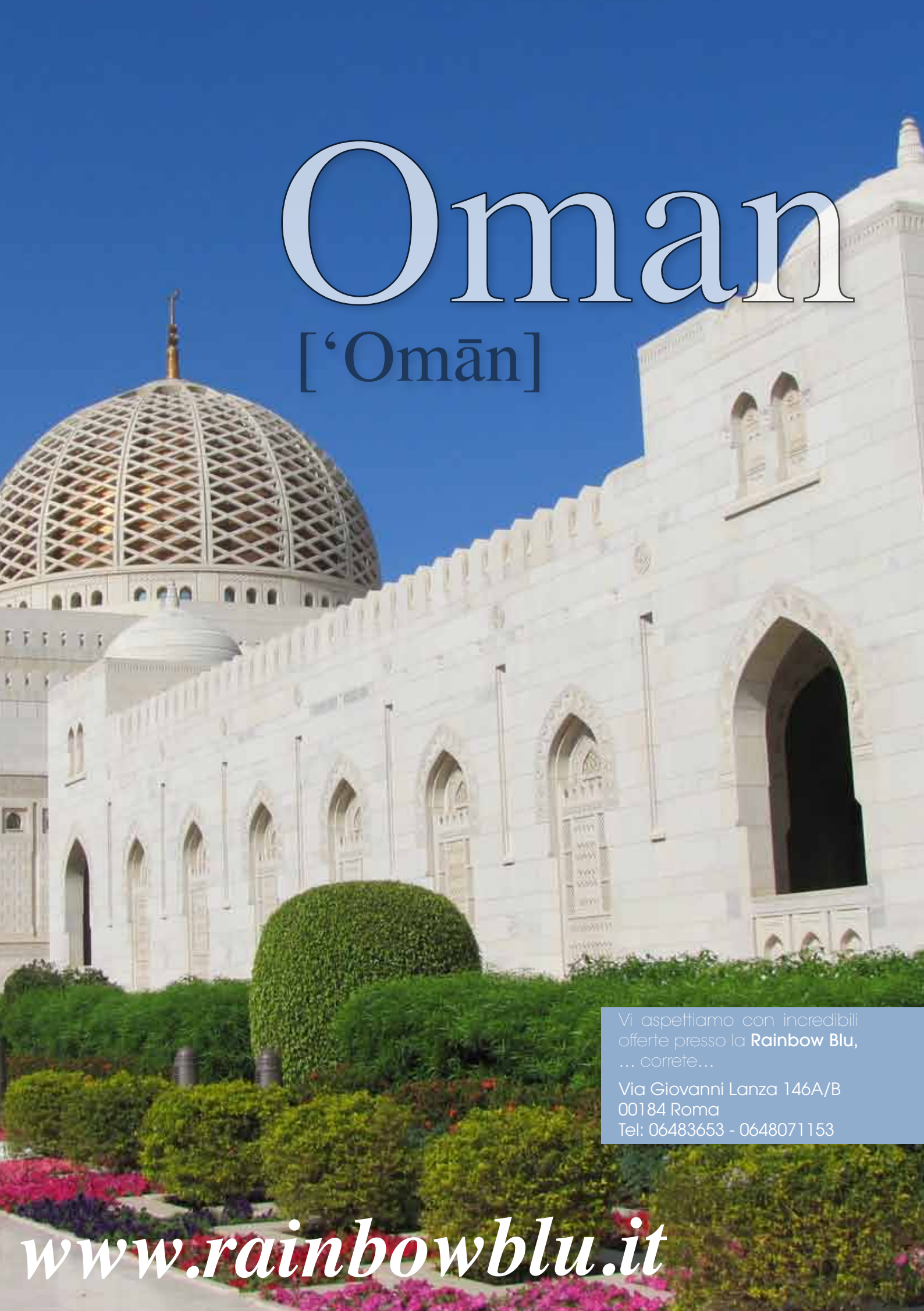
Every great journey begins with a single step and the opening of "The Resin and Membranes Centre" will represent a step towards the future in the market of waterproofing and finishing resin. The showroom exhibits with proud the NAICI products, trademark of assurance and reliability of a "Made in Italy" for over thirty years on the market. The decision to offer its products on the Maltese market was also motivated by the regard for the environment, theme central on the island. Thereby introducing NAICI products was quite simple. They are reliable, durable and produced in compliance with environmental regulations, able to satisfy all the requirements of modern construction, reducing costs due, for example, to the elimination of waste. Always, since 1984, the brand is NAICI leader in resins.

The "Resin and Membranes Centre" also offers the school for Malteses applicators, so that they can learn how to properly use waterproofing products and create artistic resin floors and walls. All this is possible thanks to the "NAICI International Academy" which will also be active in Malta!

The showroom was created to distribute all products NAICI in Maltese territory, supplying quickly and efficiently all retailers and local industry in general. The Resin and Membranes Centre then operates at 360° on all the needs of waterproofing and resin floors, being able to offer all types of services: site inspections, technical advice, assistance and performance of work on construction sites. NOW is possible know the reality of "The Resin and Membranes Centre" by personally visiting the showroom which is located in the central part of the island, at 264 Old Railroad St Venera; or via the internet, visiting "www.theresincentre.com" website or through Facebook by searching "The Resin and Membranes Centre". •

Oman

[‘Omān]



Vi aspettiamo con incredibili offerte presso la **Rainbow Blu,** … correte…

Via Giovanni Lanza 146A/B
00184 Roma
Tel: 06483653 - 0648071153

www.rainbowblu.it

Oman | Mare e deserto lungo la via dell'incenso

di Nicoletta Lombardi

Il Sultanato dell'Oman, è uno stato asiatico situato nella porzione sud-orientale della penisola arabica. Noto da tempo come paese estremamente schivo, tanto da essersi guadagnato l'appellativo di 'eremita del Medio Oriente', il Sultanato dell'Oman sta lentamente emergendo dal suo guscio, rivelandosi una terra di gente cordiale e paesaggi suggestivi, su cui si stagliano numerosissimi forti. La capitale, Muscat, è del tutto priva di quell'atmosfera 'nouveau riche' che caratterizza molti degli altri paesi del Golfo e, nonostante sia ancora per molti aspetti il paese più tradizionalista della regione, l'Oman si è manifestato in molte occasioni più aperto di quanto si possa pensare.

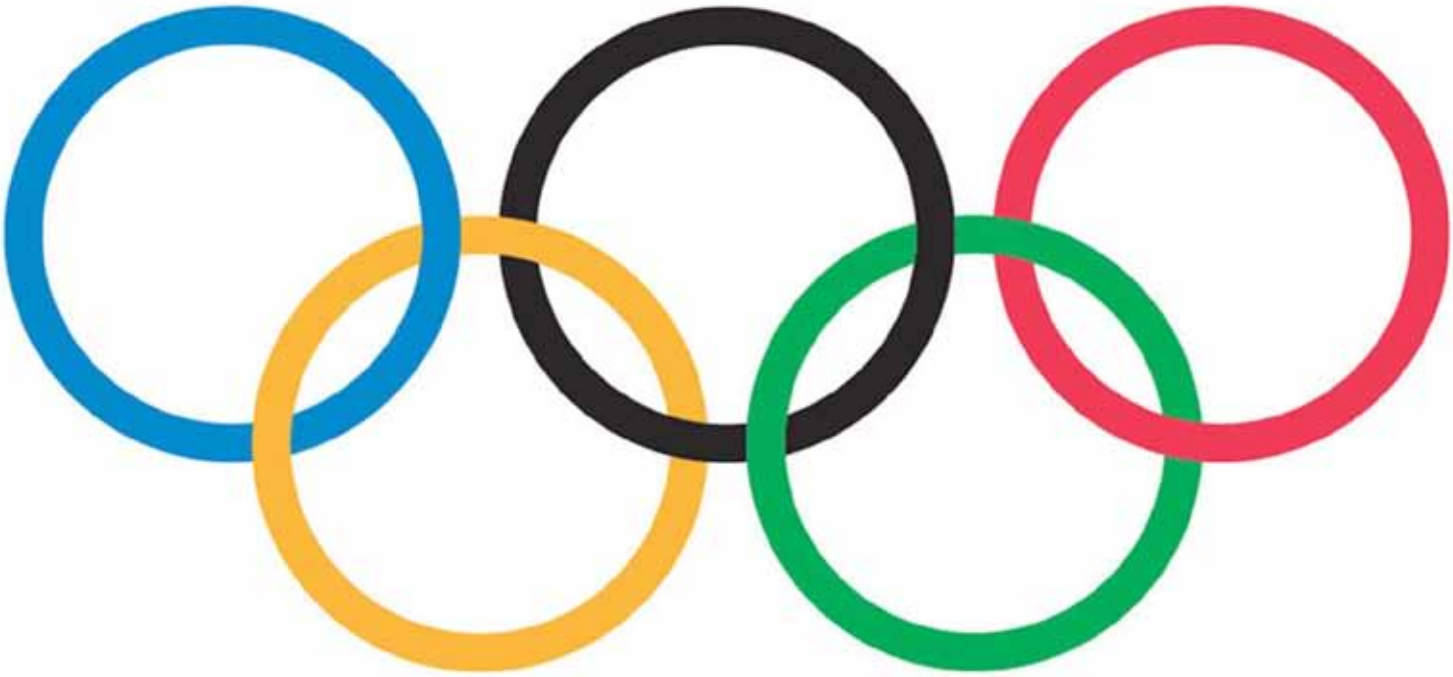
Nel corso dei secoli XVII, XVIII e XIX l'Oman fu una potenza imperialista che entrò in contesa con il Portogallo e in seguito con l'Inghilterra per il dominio sul Golfo, l'Oceano Indiano e le coste dell'India e dell'Africa orientale. Il suo sviluppo, a partire dall'ascesa al trono del sultano Qaboos Bin Said nel 1970, risulta ancora più stupefacente se si pensa alle scarse riserve petrolifere del paese e al fatto che il precedente sovrano, Saib Bin Taimur, aveva mantenuto l'Oman in uno stato di totale isolamento.

Una vacanza in Oman vi dà il benvenuto nella terra delle "Mille e una Notte", nell'antica patria dell'incenso e della mirra, in luoghi sospesi in una magica atmosfera intrisa di leggenda, tra souk e moschee, dune e castelli costruiti a picco sul mare, lunghe spiagge bianche che si affacciano sulla costa incontaminata.

Un viaggio in Oman regala sensazioni uniche, che discendono da una storia millenaria e da quella resina, un tempo più preziosa dell'oro, che la regina di Saba definì "lacrime degli dei" e che fece la fortuna di questa terra: l'incenso. Dall'Oman, con un percorso di oltre 2.000 km lungo tutta la penisola arabica, partiva la "via dell'incenso", che diffuse il mitico profumo permeando un'intera civiltà e segnando il tempo dell'Arabia Felix. Sulla stessa via venivano trasportati anche oro, mirra e altre spezie orientali. La terra delle Mille e una notte, l'antica patria dell'incenso e della mirra, si rivela un'autentica scoperta sospesa in una magica atmosfera intrisa di leggende: la costa incontaminata con lunghe spiagge bianche dove le tartarughe depongono le uova, il nord aspro e variegato fitto di castelli costruiti a picco sul mare, e poi il sud, la magica terra dell'incenso nascosta tra le dune. È qui, sulle alture di Dhofar, alle porte del deserto di sabbia più vasto del mondo, che spuntano dal suolo alcuni alberi bassi, il legno torto come un arbusto mediterraneo e le foglie spesse e dure come il cuoio. Il nome scientifico di questi alberi è "boswelia sacra" dal quale si estrae un profumo mitico, quella resina più preziosa dell'oro che molti millenni fa cominciò a scorrere dall'Arabia Felix in fiumi di fragranza, imbevendo di sé intere civiltà, che crebbero, prosperarono e morirono lasciandosi alle spalle una scia di lingue, leggi e religioni diverse ma unite da un aroma: l'incenso. L'incenso ha accompagnato per secoli i riti della venerazione e della sepoltura, i culti magici e le cerimonie di stato; nel corso dei millenni è stato impiegato anche per la pulizia del corpo, dello spirito e per tenere lontano il male, è stato medicina, bottino di guerra e al centro di importanti scambi commerciali... Il periodo migliore per visitare il paese è da Ottobre ad Aprile, il caldo torrido dei mesi estivi è mortale. La cucina che si trova è di tutti i tipi. Il pesce fresco abbonda e in alcuni ristoranti non fai altro che sceglierlo prima di fartelo cucinare. La cucina omanita comunque è tipicamente araba e dunque basata su riso e cous cous, cucinati insieme a carne (di capra o pollo) grigliata o stufata, e pesce. Bellezza dei luoghi a parte, ciò che colpisce è anche la cordialità e la gentilezza degli Omaniti. •

Il sogno delle Olimpiadi di Roma 2024

di Claudio Tranquilli



Roma è partita per la volata. Forse un po' in anticipo col rischio, come in tutte le volate, di cominciare troppo presto ed essere bruciati sul traguardo. Ma è un rischio che doveva essere corso: questa volta Roma ha tutte le carte in regola per farcela e aggiudicarsi i tanto agognati Giochi. Si cancellerebbe così il colpo di spugna (2012) del governo Monti e si comincerebbe l'avvicinamento all'Olimpiade 2024. La scelta sarà compiuta nel settembre 2017, a Lima (Perù). Ma la fase *"a invito"* è già iniziata subito dopo le feste, il 15 gennaio, e bisogna bruciare le tappe stringendo i tempi. "Compatibilmente con la flessibilità che è stata adottata dal CIO attraverso le nuove norme approvate a Montecarlo possiamo sognare in grande tutti insieme: il Coni, il Governo, Renzi e l'Italia - ha detto il presidente del Coni, Giovanni Malagò - che ha aggiunto: *"Sarà un giorno importante per tutti, per Roma, per Napoli, per Firenze, per la Sardegna, ma anche per il Nord Italia che ha in Milano un punto di riferimento irrinunciabile"*. Insomma, ci siamo. Non servono nemmeno gli scongiuri. Roma e l'Italia intera hanno bisogno di una bella operazione di rilancio dell'immagine. Basti pensare a cosa sta portando alla luce l'inchiesta denominata *"Mondo di mezzo"* sul diffuso malaffare capitolino. Il momento, dunque, è quello giusto. Per Roma e anche per l'opinione pubblica che vede in questa candidatura una nuova rinascita. •

BARRIERA CHIMICA
CONTRO L'UMIDITÀ DI RISALITA

SALVAMURO® gel

IMPERMEABILIZZANTE PER MURATURE AD INIEZIONE MANUALE

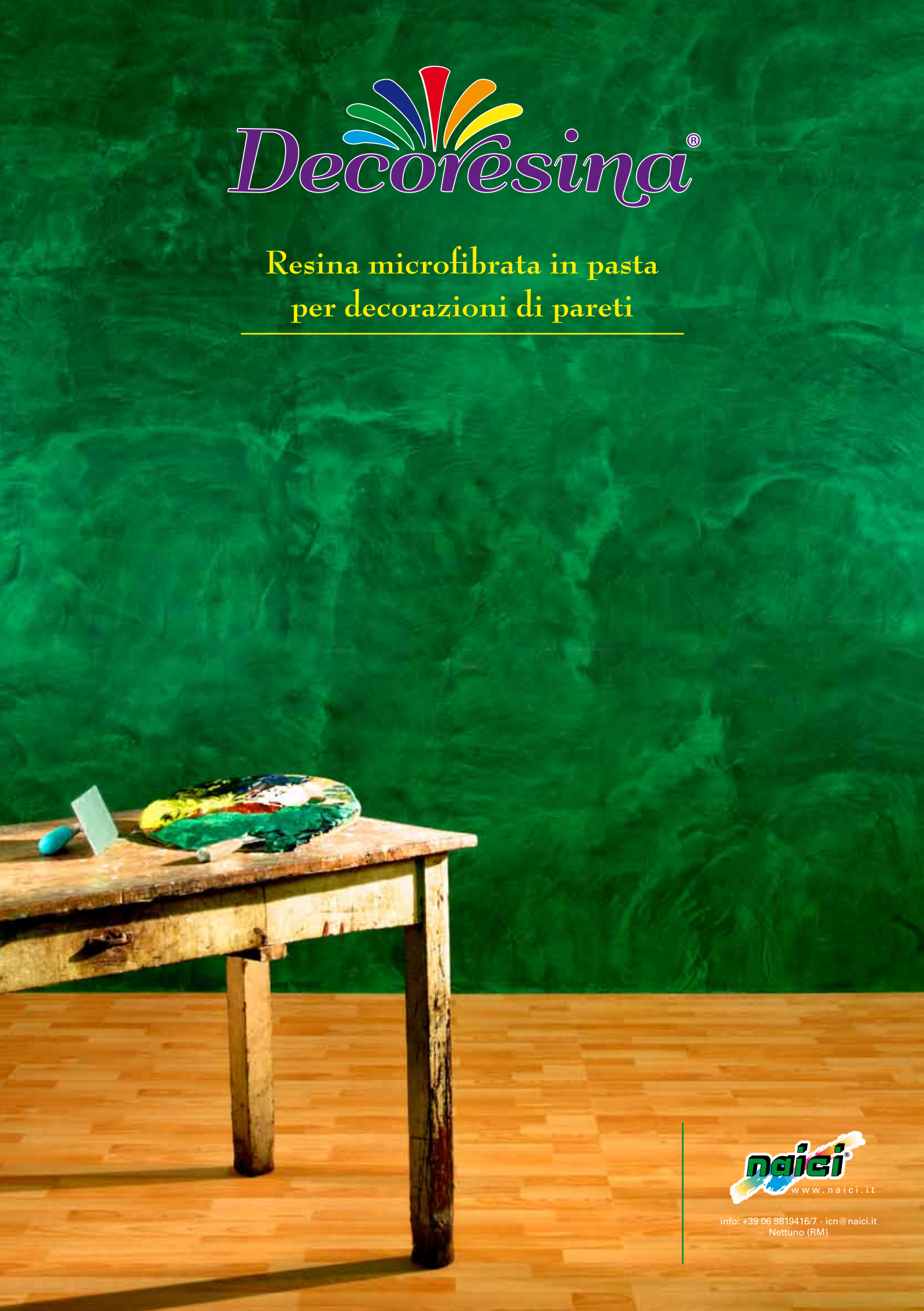
SALVAMURO GEL è una crema gel a base di silano-siloxani che, iniettata all'interno della muratura in maniera facile e veloce, si distribuisce su tutta la superficie formando un'impenetrabile permanente barriera idrorepellente contro l'umidità di risalita, anche nei materiali scarsamente o mediamente 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.

Naici®

ICN s.r.l. - 5° Stradone Sandalo di Levante snc, Nettuno (Roma) | tel: +39 069819416 - fax: +39 069819518 - www.naici.it

Decoresina®

Resina microfibrata in pasta per decorazioni di pareti



naici®
www.naici.it

info: +39 06 9819416/7 - icn@naici.it
Nettuno (RM)