

naidici® no

Gennaio/Aprile 2012 - Anno VI numero 17

Periodico di tecnica e attualità

**Forza e resistenza
al servizio del cliente!**

Salvatore®

Il kit pavimentatore

Prodotto
all'acqua

Completo
di accessori

Resa
fino a 10mq

Carrabile

*Rivestimento
protettivo colorato
per pavimenti*





In copertina:
La modella Romina Giamminelli interpreta il nuovo prodotto FIBRODARK (ph Martino Cusano)

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, Stefano Cacciotti, Nicoletta Lombardi.

Numero chiuso il 16 marzo 2012

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.



Editoriale 03

Cambiare "rotta" verso nuovi orizzonti!

Copertina - Storia..... 04-05

Fibrodark, il colore della forza

Copertina - Tecnica 06-07

Il nero che protegge

Focus..... 09-12

Anno nuovo prodotti nuovi

Vita aziendale 14-16

Agenti Naici a confronto

Report..... 18-19

Vetrina 20-25

Fibroguaia

A colloquio con..... 26-29

Tempestini... al via per una nuova avventura

Marketing..... 30

Riflessi di Resina

Marketing..... 31

Ceramic, osare per sbalordire

Marketing..... 32

Cemenguaia, istruzioni per l'uso

Marketing..... 33-35

Naici "spiana le armi" contro l'umidità di risalita

Viaggi..... 37

Un gioiello di nome Petra

scrivi@naici..... 38-39

Rubrica tecnica

Marketing..... 40

Open Day, un'occasione di crescita

Marketing..... 41

Naici... in Twitter

Marketing..... 42

Naici in fiera

Focus..... 43

La green economy secondo Naici

Sport..... 44

Euro 2012



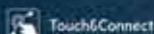
Nuova Opel Corsa.
Il movimento si fa strada.



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 inediti b-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 3p 1.0 con clima € 9.500, IPT esclusa, con esentivi Opel rottamazione sulla immatricolata entro 31/12/01 posseduta da almeno 6 mesi. Alcuni equipaggiamenti descritti sono ottenibili 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.



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 franchigia 5.000€, spese istruttoria 100€. Es. di finanziamento Spark 1.0 LS (motore 0.900) prezzo speciale, ritardato in mano, IPT esclusa; spese istruttoria 100€ - Tot finanziato 5.200€. 60 rami da 111€, prima rata a 120 giorni, Tan 4,99% - Tang 7,25%. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Caridipendere contrattuali e fogli informativi presso le Concessionarie. Valore approssimativo della finanziaria. Offerta valida fino al 31/12/11 presso le Concessionarie aderenti. Immagine inserita a scopo illustrativo. Consumi (ciclo combinato l/100km): da 5 a 7. Emissioni CO₂ (g/km): da 110 a 119.



Latina
via Piave, 85/87





Cambiare "rotta" verso nuovi orizzonti!

Da oltre venticinque anni il marchio Naici si propone al mondo dell'edilizia con prodotti innovativi in grado di abbracciare gli interessi di una sempre più vasta clientela. Una presenza continuativa sul mercato, pur con le indispensabili "correzioni di rotta", che assume un significativo rilievo considerando i recenti periodi turbolenti vissuti dal mercato nazionale ed internazionale. Fin qui l'Azienda ha vinto la sua grande scommessa lanciando sul mercato, in totale innovazione "made in Naici", prodotti di eccezionale efficacia in un settore particolarmente complesso come quello edile e portando il marchio Naici ad un successo che dura da oltre cinque lustri, confrontandosi da sempre con i principali competitor del settore. Ora, alla vigilia del trentennale che cadrà nel 2014 – solo ventiquattro mesi di lavoro per un'Azienda proiettata al futuro – la Proprietà, insieme a tutto il Management, ha deciso di imprimere un ulteriore "cambio di passo" in grado di garantire al marchio Naici una sempre più intensa vitalità penetrativa in nuovi mercati del Continente europeo. Una sfida che vedrà nei prossimi anni la "gente Naici" impegnata nel consolidamento del mercato nazionale e nella sperimentazione commerciale decisa e condivisa di quello internazionale, per cambiare "rotta" verso nuovi orizzonti! Entrando nel vivo della rivista che state sfogliando troverete interessanti articoli che trattano ampiamente le novità dei prodotti, presentati alla Forza Vendite durante il recente, consueto, Meeting Nazionale. Un momento di incontro e di condivisione della tre giorni intrisa di dibattiti, di condivisione dei sistemi di vendita aziendali e di implementazioni del settore marketing, che sarà possibile rivivere in una parte del Magazine grazie anche alle immagini che lo arricchiscono. Continuando è possibile leggere l'immane scrivimi@naici, le pagine dei viaggi, cultura e tanto altro. Ma la parte più interessante è la copertina dedicata al nuovo prodotto Fibrodark idealizzato dalla nuova testimonial Romina Giamminelli che ha dato "corpo" ad un prodotto sicuramente performante alle esigenze del mercato e dei cantieri. Buona lettura!

Piero Morucci

Fibrodark

il colore della forza

“ Il nero di Fibrodark rappresenta la negazione assoluta all'umidità, il "no" radicale agli attacchi della natura alle realizzazioni umane. Un prodotto dietro il quale può esprimersi con forza la sua presenza nella linea degli impermeabilizzanti Naici. Tutto questo assunto è stato affidato alla bella e seducente Romina Giamminelli. ”

di Alessandro Morucci
(ph Martino Cusano)

L'ì-Ching è un antichissimo oracolo cinese che, consultandolo, non solo ci aiuta a comprendere il nostro futuro, ma ci consente di capire le scelte che faremo a quali conseguenze porteranno. Se riusciamo quindi a comprendere meglio l'importanza delle nostre scelte ed interveniamo in tempo, allora saranno evitate le conseguenze negative che potranno verificarsi in futuro. Ovviamente crediamo che non sia necessario consultare alcun oracolo per realizzare un impermeabilizzazione, ma di sicuro bisognerà saper



Posa della pavimentazione su impermeabilizzazione eseguita con FIBRODARK mediante l'utilizzo del collante NAI CM KOLFLEX

scegliere il prodotto giusto che ci consenta di non avere alcun problema né durante la posa, né in futuro. Il mondo degli impermeabilizzanti, infatti, è in continua evoluzione, ed a differenza di qualche anno fa quando esisteva una scelta molto limitata di guaine che, più o meno, si potevano "adattare" alla risoluzione dei problemi, oggi per ogni situazione esiste, o si formula un prodotto specifico. Il settore delle guaine liquide nell'ultimo periodo si sta sempre più concentrando sulla divisione dei "fibrorinforzati", ov-

vero prodotti che non necessitano di essere armati poiché contengono già al loro interno delle fibre di rinforzo. La Naici continuamente all'avanguardia, e sempre attenta a soddisfare le richieste del mercato, dopo aver presentato lo scorso anno la Fibrogaina amplia il settore delle guaine fibrorinforzate con il FIBRODARK, al quale si è deciso di dedicare la copertina di questo numero di NaiciPro. L'immagine che si è voluta realizzare ha come sfondo una parete di terra, dalla quale si possono ben distinguere le radici e

l'umidità, due elementi ai quali l'uso di FIBRODARK può far fronte. L'immagine grazie al gioco di luci ed ombre e grazie all'espressione sensuale della modella, vuole trasmettere carattere e decisione, peculiarità proprie del FIBRODARK, peraltro elegantemente "indossato" da Romina Giamminelli, una splendida ragazza di colore che ha saputo rappresentare perfettamente il carattere del prodotto. Che dire, FIBRODARK un prodotto unico nel suo genere, sia per qualità e caratteristiche che per il suo colore unicamente nero.



Il nero che
protegge

di Alessandro Morucci

(ph Martino Cusano)

FIBRODARK è una guaina liquida applicabile a spatola, che nasce dalla “fusione” di resine, bitumi e fibre di rinforzo che “sfruttano” ognuno i pregi dell’altro. Le caratteristiche di elasticità proprie delle resine, unite alla capacità tipica del bitume di resistere al ristagno dell’acqua, fanno del FIBRODARK un prodotto assolutamente unico, capace di sopportare il continuo contatto dell’umidità della terra e di resistere agli “attacchi” portati dalle radici.

A tal proposito, uno degli usi più appropriati del FIBRODARK è quello di applicarlo per l’impermeabilizzazione di muri, pareti, fondazioni e superfici in genere che avranno un permanente contatto con il terreno.

FIBRODARK è un prodotto che facilita notevolmente l’applicazione all’operatore, che spesso si trova all’interno di una “trincea” a dover impermeabilizzare un muro con uno spazio di soli 70 cm, poiché dietro di lui ha una parete di terra. Oltre ad avere caratteristiche ben diverse dalle classiche guaine a rotoli, se si dovesse intervenire con metodi tradizionali, l’applicatore si troverebbe affiancato ad una bombola di gas impegnato a saldare con la fiamma a pochi centimetri dal volto e con un notevole rischio per la propria incolumità e quella degli altri.

Se a questo ci aggiungiamo il tempo di preparazione che occorre per tagliare i fogli della misura desiderata, e stendere il primer di adesione prima della saldatura degli stessi, capiamo perfettamente che il lavoro oltre ad essere molto rischioso è anche molto laborioso. Il van-



Esempio delle difficoltà riscontrabili nell’impermeabilizzare tramite le vecchie guaine a rotoli

taggio di utilizzare FIBRODARK, oltre al fatto che durante l’applicazione non si deve convivere con la fiamma a pochi centimetri dal volto, sta proprio nella facilità di applicazione. FIBRODARK oltre a non aver bisogno dell’armatura non necessita di alcun promotore di adesione, e con sole due mani di prodotto applicate a spatola permette di impermeabilizzare perfettamente la superficie desiderata. I laboratori Naici si sono spinti oltre e si è così riusciti a rendere il FIBRODARK il supporto ideale per l’incollaggio diretto delle mattonelle. Laddove esiste già una guaina bituminosa ad esempio, si può applicare il FIBRODARK senza alcun primer, e successivamente è anche possibile decidere di incollare direttamente sopra il nostro nuovo pavimento.



La facilità di applicazione mediante l’utilizzo di FIBRODARK

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

ANNO NUOVO prodotti nuovi

di Stefano Cacciotti

(ph Martino Cusano)

I laboratori di Ricerca e Sviluppo Naici, in perfetta sincronia con i dettami aziendali e le esigenze della direzione tecnica, hanno lavorato alacremente a prodotti innovativi dal sicuro valore aggiunto. La Naici, grazie anche alla sua proattività, solo dopo aver accuratamente elaborato le opportunità di mercato e compreso le aspettative del cliente, definisce le caratteristiche a cui il nuovo prodotto deve necessariamente rispondere. Come da consuetudine, oramai radicata, il Management ha presentato tutte le sue nuove bontà aziendali durante il meeting nazionale rete vendita, tenutosi a Latina nella seconda metà del mese di gennaio. Il convinto apprezzamento venuto dalla forza vendita coinvolta nella commercializzazione dei vari prodotti, e dei reparti interessati alle nuove produzioni, denomina di per sé la capacità del marchio Naici di proporre sempre soluzioni innovative, battendo sul tempo l'eventuale concorrenza. Le guaine liquide fibrorinforzate negli ultimi due anni stanno guadagnando importanti margini di mercato. Naici, già lo scorso anno, si affacciò a questo segmento con Fibroguaina e Fibroguaina-S; ora a distanza di soli dodici mesi si è voluto aumentare l'offerta. Dal primo di febbraio di quest'anno sono, infatti, disponibili FIBRODARK e RAPIDA. Due innovative guaine liquide con competenze e specificità diverse ma che sul tema dell'impermeabilizzazione hanno entrambe tutte le carte in regola per guadagnare consensi. Si amplia la gamma delle linee "pavimenti e rivestimenti" in resina, dove sono stati sviluppati interessanti prodotti fra il settore decorativo, industriale e farmaceutico. Infine, non poteva mancare il lancio di nuovi prodotti dedicato alla linea "detergenza", che accompagna l'azienda sin dalle origini.



“

Naici apre il 2012 con molte novità da immettere sul mercato. Prodotti innovativi e sofisticati per acquisire nuove fette di mercato e continuare a scalare le vette del successo.

”



Decò PERLA

Finitura policromatica all'acqua, crea un effetto madreperlato su rivestimenti in Decorcem e non solo. Un prodotto che come "ultima" mano restituisce agli occhi dell'osservatore un'altissimo risultato estetico; i riflessi di perlato, su realizzazioni in Decorcem, donano un eco di sfumature e profondità fuori dai canoni dei prodotti concorrenti presenti sul mercato. Durante la presentazione al meeting ha destato la curiosità di tutta la forza vendita sia per la possibilità di aggiungere un'ulteriore nota di particolarità ad un prodotto, il Decorcem, che di per sé ha caratteristiche estetiche e costruttive ottime, sia per la capacità di creare un'eccezionale film contro la polvere e l'olio.

RAPIDA

Ha come punti di forza la velocità di asciugatura e la temperatura di applicazione. Questa guaina liquida, al solvente e monocomponente, ha tempi di essiccazione estremamente veloci garantendo così di poter effettuare riparazioni anche con tempo incerto in prossimità di condizioni climatiche avverse o su supporti umidi. Inoltre, grazie alla qualità delle resine disperse nella sua soluzione, ha un range di temperature per l'applicazione molto ampio: a zero gradi è comunque applicabile! RAPIDA, mediante spatola, pennello o spazzolone, è la soluzione impermeabilizzante ideale per terrazzi, tetti, grondaie e balconi.

NAIRETAN pharm

Un rivestimento epossidico per industrie farmaceutiche e alimentari. Non importa che si tratti di un locale di produzione, di un ambulatorio o di qualsiasi altro ambiente adibito ad industria alimentare; tutti questi ambienti devono mantenere altissimi standard igienici, in modo che il prodotto, sia esso farmaceutico o alimentare, non si trovi mai in situazioni di possibile contagio da polvere, sporco e batteri. Il NAIRETAN PHARM offre una ottima resistenza all'azione meccanica; per di più è facilmente sanificabile. Utilizzando praticamente qualsiasi detergente igienizzante è possibile mantenere sempre in piena forma la pavimentazione.





Una “fibrorinforzata” spatolabile in pasta, ha dalla sua il pregio di essere un prodotto che non ha bisogno di specifico ancorante per essere applicato. Inoltre, in virtù delle sue caratteristiche costruttive, è un valido antiradice ed è pavimentabile. Con FIBRODARK impermeabilizzare giardini pensili, fioriere, fondazioni e muri contro terra non sarà più un problema.




È un rivestimento poliuretano trasparente dalle eccezionali proprietà: resistente ai raggi ultravioletti, agli agenti atmosferici e al passaggio di mezzi leggeri, è la soluzione ideale per impermeabilizzare massetti in calcestruzzo. Evita inoltre lo spolvero della superficie sulla quale viene applicato rendendola facile da pulire ed antiscivolo.




Rivestimento epossidico spatolabile, è la naturale continuazione del Nairetan SPT. Questo prodotto è dedicato a pavimenti e superfici orizzontali quali uffici, negozi, appartamenti, sale esposizioni, bar e discoteche. La sua alta resa estetica garantisce l'unicità della finitura e diventa la moderna risposta alle necessità architettoniche di sempre: bellezza, funzionalità e facilità di applicazione.



L'applicatore mentre applica uno dei prodotti presentati: NAIRETAN SPT FLOOR.

NAIROAD

È un prodotto colorato ad uso professionale, indicato particolarmente come rivestimento di piste ciclabili, aree pedonali e per qualsiasi superficie ad uso sportivo; ottimo per creare linee di demarcazione ed indicazione all'interno di opifici industriali soggetti al passaggio di carrelli e mezzi stradali. Prodotto nelle colorazioni bianco, giallo, grigio, grigio scuro e rosso, protegge le superfici in asfalto o calcestruzzo dal deterioramento, logorio.



LAVA & CERA

È un detergente autolucidante per pavimenti che ravviva la lucentezza del pavimento senza la necessità di lucidarlo. Ottimo per la manutenzione dei pavimenti in resina, il sottilissimo film che va a formarsi dopo la sua applicazione protegge il supporto dallo sfruttamento dello stesso e dall'usura del tempo.



SUPER NET

È il detergente Naici per rimuovere e pulire rapidamente tutte le impurità ed i residui di lavorazioni da qualsiasi superficie edile; un detergente disincrostante ad alta concentrazione.



Esempio di lavorazione del prodotto DECO' PERLA

Spatola o rullo... l'importante è **impermeabilizzare!**



Valeria Abbodi - fotografata da Marino Cusano ©

**FIBRO
GUAINA**®

Guaina liquida fibrorinforzata **a rullo**



**FIBRO
GUAINA 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.





Agenti Naici a confronto

“ Al centro della convention dedicata al “mondo Naici” v'è la presentazione delle innovazioni per l'importante anno in corso e l'anteprima dei nuovi prodotti che andranno ad arricchire l'offerta commerciale Naici. ”

di Alessandro Morucci
(ph Martino Cusano)

Dal 26 al 28 di gennaio si è svolto il meeting nazionale annuale della Forza Vendita Naici. Per la promozione e vendita dei propri prodotti la divisione produttiva Naici si appoggia, infatti, ad un network di Agenti e Capi Area che hanno una diffusione capillare su tutto il territorio nazionale e non solo. Il focus principale del Meeting 2012 è stato quello di mostrare a tutta la rete vendita le novità e le nuove linee produttive, ivi compresa la strategia di sviluppo che l'azienda nettunese sta realizzando sia nel settore delle impermeabilizzazioni, sia nel settore



Piero Morucci dà il benvenuto alla Rete Vendita



delle finiture in resina. Il programma delle tre giornate è stato incentrato sulla presentazione agli Agenti delle nuove figure chiave dell'Azienda, come l'arrivo del nuovo Capo Area per il Nord Ovest Italia, Luciano Tempestini. Una figura resasi necessaria per rendere sempre più efficiente lo scambio di informazioni tra Clienti, Agenti e Azienda in modo da raggiungere con efficacia gli obiettivi comuni. In questo ambito il lavoro di squadra aiuta a cogliere al meglio gli orientamenti, approfondire riflessioni e sviluppare sinergie in cui far contare in modo più fruttuoso le capacità di ognuno. Sono stati presentati, in anteprima nazionale, i nuovi prodotti Fibrodark, Rapida, Nairetan Pharm, Nairetan SPT Floor ed altri, già ampiamente illustrati in altra parte del magazine. Il Direttore Commerciale Giovanni Spagnol, ed il Direttore Tecnico Angelo Agnoni, in qualità di relatori, si sono avventurati nel descrivere i punti di forza e la resa applicativa di ogni singolo prodotto. Con loro v'erano anche i Capi Area Raffaele Mattioli, Angelo Pianelli e Luigi Gregori Ferri. **“La rete commerciale gioca un ruolo di primaria importanza verso il cliente finale** – ha sottolineato il Direttore Commerciale Spagnol che ha aggiunto – **fa le veci dell'Azienda sul proprio territorio di competenza e pertanto, durante i nostri meeting, vogliamo che i protagonisti assoluti siano proprio i nostri Agenti, consegnando nelle loro mani tutte le informazioni e gli strumenti per lavorare ottimamente**”. Il Meeting si è rivelato un ottimo strumento di comunicazione per motivare e incentivare gli Agenti, rafforzando i rapporti tra l'Azienda e i collaboratori esterni al fine di creare un team di persone che condividono i valori aziendali e operano in modo coerente e coordinato. L'occasione dell'incontro è stata anche un modo per costruttivi confronti e per rinnovare lo spirito che sin dai primi giorni caratterizza il marchio Naici.



Nelle foto momenti del Meeting Nazionale.



Trimmer

Sistemi per il trattamento delle superfici

Oltre 30 anni di esperienza a vostro servizio

PALLINATRICI



SCARIFICATRICI



LEVIGATRICI



MONOSPAZZOLE



**Vendita
Noleggio
Servizi
Assistenza**

**SPRUZZATORI
POLYUREA**

MESCOLATORI



... ED ALTRO ANCORA

REPORT



Impermeabilizzazione eseguita con NP7 grigio su una copertura.





Pavimentazione eseguita con Nairetan P-Level



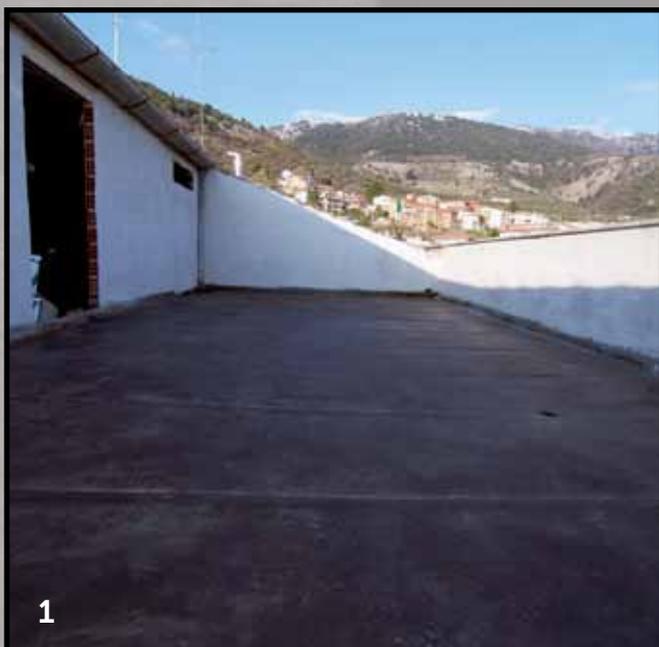


**Guaina liquida fibrorinforzata
bituminosa antiradice pavimentabile**





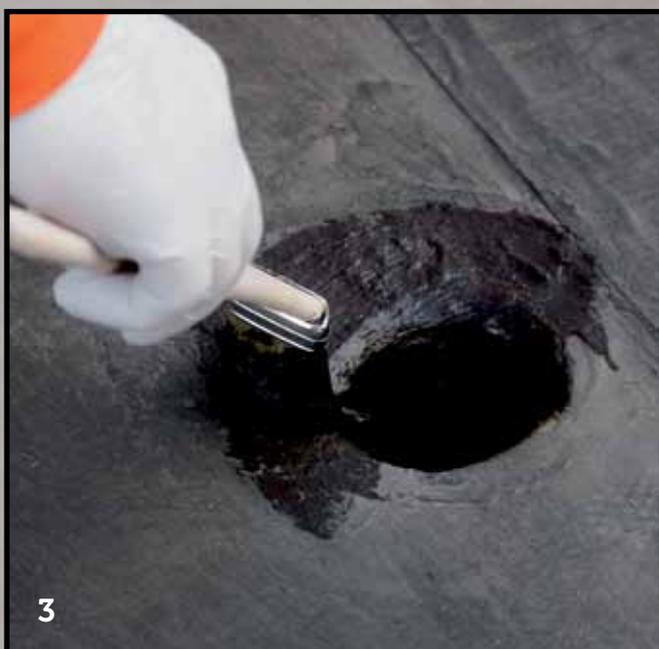
FIBRODARK: per impermeabilizzare o riparare vecchi manti bituminosi con possibilità di incollaggio diretto di un nuovo pavimento



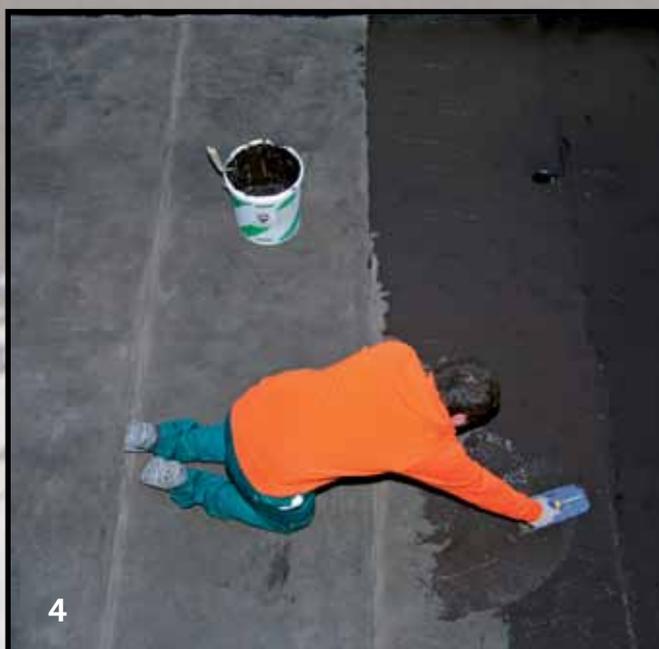
1) Terrazzo prima dell'intervento.



2) Applicazione nei verticali della prima mano di FIBRODARK



3) e nei bocchettoni.



4) Applicazione della prima mano di FIBRODARK sulla superficie.



5) Applicazione della seconda mano nei verticali di FIBRODARK.

6) Applicazione della seconda mano di FIBRODARK sulla superficie avendo cura di "incrociare" il verso rispetto alla mano precedente.

7) Terrazzo dopo l'intervento con FIBRODARK.

8) Terminata l'impermeabilizzazione se si desidera è possibile l'incollaggio diretto delle piastrelle con il collante NAI CM KOLFLEX.



FIBRODARK: per impermeabilizzare muri controterra e fondazioni



1) Muro prima dell'intervento.



2) Applicazione di FIBRODARK a pennello nei punti di incontro di diverse pareti...



3) ...ripetere l'operazione anche nei verticali tra parete e pavimento.



4) Applicazione della prima mano a spatola sulle pareti verticali.

5) Applicazione della seconda mano di FIBRODARK a pennello nei verticali.

6) Applicazione della seconda mano a spatola nelle pareti di FIBRODARK.

7) La parete dopo l'intervento con FIBRODARK pronta per essere "reinterrata".







Tempestini...

al via per una nuova avventura

“ Luciano Tempestini, classe 1954 toscano doc, ha da poco assunto il ruolo di Capo Area per il Nord Ovest Italia con l'intento di apportare un contributo determinante alla Forza Vendita Naici. Un uomo che, oltre a credere in se stesso rimettendosi in gioco, crede soprattutto nel lavoro di gruppo ed a cinquant'otto anni è pronto a calcare ancora la scena del successo. ”

di Claudio Tranquilli
(ph Martino Cusano)

“La vera misura di un uomo non si vede nei suoi momenti di comodità e convenienza bensì tutte quelle volte in cui affronta le controversie e le sfide”. Apriamo questo dialogo con Luciano Tempestini citando Martin Luther King (politico, attivista, pastore protestante statunitense, leader dei diritti civili. È stato il più giovane Premio Nobel per la Pace) per il solo motivo che, a 58 anni, con la scelta di entrare nella Naici si è rimesso nuovamente in discussione accettando una nuova impe-

Luciano Tempestini nuovo capoarea Nordvest Italia



gnativa sfida. Un uomo col piglio vissuto nato il 1° gennaio del 1954 a Firenze e, quindi, toscano doc da numerose generazioni. Sposato con Milla e padre di due figli oramai adulti: Emanuele di 29 anni ed Elisa di 23. Ma la sua musa ispiratrice è sua moglie: **“Il nome della mia compagna di vita proviene sicuramente da una famiglia nobile russa residente a Carmignano che produceva olio. Il suo nome, Milla infatti, era di una contessa che morì in giovane età per malattia e la famiglia, dato il rapporto di amicizia con questi nobili, ha voluto omaggiarne la memoria dandole il nome che lei porta con autorevolezza poiché lei è importantissima per me e la mia famiglia”**. Quando Tempestini parla di lei si commuove anche perché tra matrimonio e fidanzamento sono quasi quaranta anni di relazione. Diplomato in ragioneria con studi universitari in legge sempre in costante movimento e da una vita sul mercato come Agente di varie marche di diversa estrazione merceologica di se dice: **“Al termine del servizio militare iniziai a lavorare per l'azienda di famiglia che operava nel settore del tessile. Un'azienda tuttora rinomata nella provincia di Prato. In seguito lasciai l'azienda di famiglia a mio fratello dedicandomi all'in-**

segnamento, come funzionario, degli agenti di una grande marca italiana. Gli insegnavo come lavorare con i clienti formandoli anche sulle nozioni merceologiche dei prodotti. Il mio lavoro durava una settimana dopodiché erano pronti e li “consegnavo” ai Capoarea. Un lavoro molto gratificante che ho fatto solo per due anni, in seguito mi sono occupato anche di recupero crediti, gestione della grande distribuzione con accordi e contratti su nuovi prodotti”. Insomma di primo acchito Luciano Tempestini ha davvero un'esperienza pregressa di tutto rispetto anche perché aggiunge che: **“Nel '98 sono andato via da questa azienda di carattere internazionale perché per due anni nella proprietà del marchio c'è stata una lotta interna e, non volendo partecipare a questi scontri tra fazioni, trovai impiego presso un'azienda di Pescara che produce utensili a mano per l'edilizia. Con questa azienda ho lavorato per sette anni, ma siccome a me piace molto cambiare sono entrato a far parte del management in un'Azienda di Bergamo anch'essa produttrice di utensileria per edilizia. In seguito sono entrato in contatto con un marchio vicentino che produceva articoli per la gestione ed il drenaggio dei flussi sia interni che esterni all'abitazione o ad uso industriale ed ho assunto il ruolo di Capoarea per il nord d'Italia”**. Ma l'incontro col Direttore Commerciale Naici Giovanni Spagnol lo ha “folgorato sulla via di Damasco” ed è arrivato alla Naici: **“Conosco Giovanni (Spagnol, ndr) da diverso tempo e, quindi, grazie a questa relazione ho imparato a conoscere anche NAICI. Poi ho saputo che cercavano un Capoarea per il Nord e mi sono candidato per questa posizione. Sarà stato per i miei capelli bianchi, segno se non altro di lunga esperienza sul campo, o non so che cosa, però ora quel ruolo è mio e ne sono orgoglioso.**



Luciano Tempestini con la sua famiglia



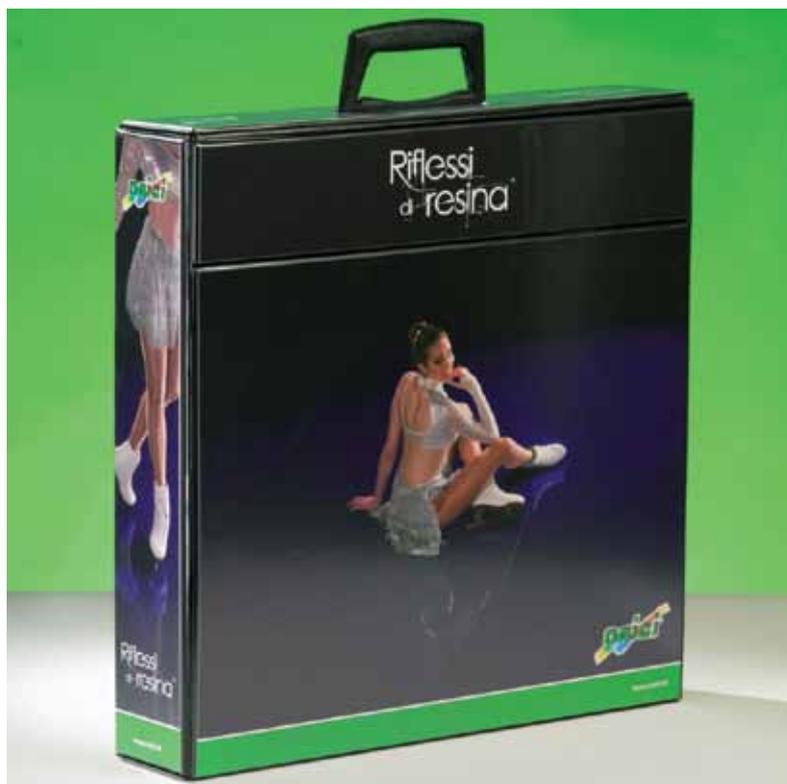
Sarà dura ma le sfide mi sono sempre piaciute e mi piace mettermi in gioco anche perché dietro una scrivania non riuscirei mai a stare. Adoro il contatto con le persone, il conoscere e riportare anche un pochino quelle che sono le mie esperienze lavorative dei tanti anni che sono sul campo". A questo punto la domanda d'obbligo è come ha percepito la Naici e Luciano senza scomporsi più di tanto afferma che: **"Quest'azienda la conosco da diversi anni e, nel tempo, grazie anche alla mia relazione col Direttore Commerciale ho fatto conoscere alcuni Agenti molto bravi che sono rimasti entusiasti sia per il lavoro che per l'accoglienza da parte di tutto il Management, cosa che sto vivendo anche io col mio ingresso. La Naici la ritengo un'azienda in cui, come mi hanno riportato in molti, si lavora bene. Grazie proprio al rapporto diretto col Management e la Proprietà, un vero valore aggiunto, vengono curate con attenzione le relazioni interpersonali ed il particolare impegno nella ricerca della qualità e non solo nei numeri delle vendite. Quindi non solo target e fatturato ma tutto quanto possa permettere di raggiungere i grandi obiettivi concreti a differenza di molte aziende che forniscono obiettivi commerciali improponibili e improbabili"**. Tempestini è entrato in Naici, che considera una grande famiglia, portando una sua filosofia che rivela a NaiciPro: **"L'Italia è lunga e le esigenze di mercato cambiano di zona in zona. Milano ha ad esempio esigenze diverse da Bologna. Questo vale ancor di più tra regione e regione. Basti pensare come la zona climatica influisce sulle tipologie di prodotti da applicare e quindi questo mio assunto detterà le mie linee guida e sono convinto che sarò supportato nel mio lavoro da un'Azienda che si muove molto anche a livello di immagine e di pubblicità. Io credo molto nella pubblicità e la Naici, anche con la sua rivista ed ai nuovi manuali, lavora ottimamente su questo fronte. La pubblicità è il veicolo con il quale far conoscere l'azienda all'esterno e serve per il rivenditore, ma anche per l'utilizzatore finale dei**



Piero Morucci stringe la mano al nuovo capoarea Luciano Tempestini

prodotti stessi". Ma chi è Tempestini quando non è nel ruolo di Capoarea: **"Sono una persona piena di passioni ed interessi. Faccio immersioni da trenta anni e sono di conseguenza un 'mare dipendente'. Il mare mi dona tanta tranquillità. Adoro la fotografia pur essendo, e lo dico onestamente, solamente un dilettante. Inoltre sono un cacciatore molto appassionato. In fine adoro viaggiare e condividere luoghi nuovi in compagnia di mia moglie e della mia famiglia. Adoro ascoltare musica di tutti i generi dalla classica, all'opera fino alla musica moderna. I miei gruppi preferiti sono i Pink Floyd, i Deep Purple, la cantante Celine Dion, Mina e Battisti"**. Insomma dialogando con Luciano

Tempestini si ha l'impressione di essere di fronte ad un uomo che, oltre ad essere un vincente, è anche pieno di risorse e di passioni che riesce a coinvolgere l'interlocutore nel dialogo. Ed è proprio a chiusura dell'intervista che la domanda "cade" sulla buona tavola alla quale, da buon toscano, non si sottrae e dice che: **"Sono una buona forchetta, mi piace stare a tavola sia con la mia famiglia che intrattenermi con gli amici. Il piatto che più mi piace, peraltro molto tipico della mia terra, è la ribollita con il pomodoro cucinato e con dell'ottimo pinzimonio. Ma non disdegno anche piatti della cucina laziale come l'amatriciana anche perché mi piace la cucina forte e robusta"**. Buon lavoro in Naici Tempestini!



Riflessi di resina®

“ Il marketing Naici sempre all'avanguardia nella ricerca di soluzioni che siano in grado di far lavorare meglio la propria rete vendita rafforzando la posizione sul mercato del marchio Naici ”

di Enrico Morucci
(ph Martino Cusano)

Nel 1985 l'American Marketing Association ha definito il marketing nel seguente modo: “Il marketing è il processo di pianificazione e di attuazione delle attività di progettazione, determinazione dei prezzi, promozione e distribuzione di beni e/o servizi, destinati allo scambio per il soddisfacimento finale degli obiettivi degli individui e delle organizzazioni”. Un’attuazione che può senz’altro risultare efficace per il raggiungimento dell’obiettivo principale (il successo) e che pone come attore principale il prodotto collocando in secondo piano il consumatore. Da un altro punto di vista, il marketing viene definito come “l’insieme delle attività aziendali per soddisfare i bisogni della clientela fornendo loro prodotti e servizi”. In questo caso è evidente l’orientamento principale soprattutto verso il consumatore, il cui ruolo appare fondamentale. Non soddisfacendo i “bisogni” del consumatore finale un’azienda non può raggiungere il successo sperato! Oltre a questi (che possono definirsi i due “estremi” della visione di marketing) e all’interno di questi, ogni azienda ricerca la propria “soluzione per il successo”. Non esiste infatti un concetto “universale” o “giusto” di marketing, ma è evidente l’importanza di saper dedicare di volta in volta il giusto orientamento sia al prodotto che al consumatore. Il successo di un’azienda passa anche attraverso un’efficace comunicazione che sia in grado di trasmettere, di se stessa o del proprio prodotto, la filosofia, il carattere, lo stile. Il brand “Riflessi di resina”, dalla linea Pavimenti e rivestimenti in resina

Naici, nasce con questi presupposti e con lo scopo di soddisfare i bisogni del consumatore mettendovi a disposizione prodotti di qualità e sostanza. “Riflessi di resina” è un modo per comunicare con efficacia il mondo delle resine Naici. L’arredamento “riflette” il più delle volte la personalità, il carattere, la sensibilità della persona: arredare una casa evidenzia il più delle volte un modo di essere, uno stile di vita e le resine, nella molteplicità di applicazione, possono trasmettere eleganza, classe, forza, ardore, modernità, classicità e, in ogni caso, originalità. Peculiarità riscontrabili nell’incanto di una pattinatrice (Claudia Fiorentini) amabilmente “rapita” dal pavimento in resina Naici realizzato, per l’occasione, con NAIRETAN 200 e NAIRETAN 200T con finitura “a specchio”. Un incantesimo riconducibile alla realtà semplicemente osservando le resine Naici ma, per decidere di amarle, quale modo migliore se non quello di osservarle da vicino, di toccarle con mano? Il bisogno del consumatore sta nel dover constatare in maniera tangibile le potenzialità che un prodotto intende offrire. Questo è il concept con cui è stato sviluppato il campionario “Riflessi di resina”, 12 dimostrazioni esemplificative ma reali di pavimenti e rivestimenti realizzabili con le resine Naici, contenuti all’interno di un’elegantissima valigetta; una minima parte del vasto mondo delle resine Naici, ma anche un modo senz’altro utile a soddisfare i bisogni del consumatore, per aiutarlo a decidere come realizzare il proprio “palcoscenico da sogno”.

Ceramic,



osare per sbalordire

di Manuela Moroni
(ph Martino Cusano)

I CERAMIC è una finitura estetizzante per superfici impermeabilizzate con CEMENGUAINA, un prodotto che gode oramai della fiducia di molti estimatori. Per questo motivo la Naici ha realizzato una finitura, il CERAMIC appunto, in grado di consentire alla CEMENGUAINA maggiori possibilità di utilizzo. Toccare con mano, vedere con i propri occhi: questi due modi di dire descrivono l'attitudine dell'uomo a credere solamente ad eventi ed oggetti tangibili e che possono vedere e tastare da vicino. Il marketing Naici, per promuovere ancor meglio il CERAMIC, ha deciso di puntare proprio su questa naturale inclinazione dell'uomo. Durante il meeting nazionale agenti il Direttore della divisione Marketing, Enrico Morucci, ha presentato il nuovo folder e l'espositore ideati per la presentazione del prodotto alla clientela. La particolarità di questi strumenti informativi e pubblicitari sta proprio nel fatto che entrambi, il folder e l'espositore, hanno una sezione dedicata nella quale sono stati collocati dei campioni di prodotto nella diverse varianti di colorazione disponibili sul mercato: mughetto, acquamarina, corallo, carrara, terracotta e granito. Il Ceramic, grazie alle sue apprezzabili capacità estetiche ed alla resistenza costruttiva, è il prodotto ideale per essere presentato attraverso campioni ed è un modo sicuramente "interattivo" per sbalordire l'eventuale acquirente.



CERAMIC è il prodotto ideale, da applicare dopo l'impermeabilizzazione con CEMENGUAINA, per ottenere un manto altamente resistente all'abrasione e al forte pedonamento. È esteticamente gradevole grazie alla possibilità di ottenere molteplici colorazioni con cariche quarzifere di vario colore. Realizza un rivestimento ad alta resistenza meccanica e, grazie al suo basso spessore (ca. 2,5 mm), permette la sua applicazione soprattutto in situazioni dove si ha la disponibilità di realizzare solo bassi spessori. CERAMIC è costituito da resine poliuretaniche ad altissima resistenza ai raggi solari.

CEMENGUAINA, istruzioni per l'uso



di Angelo Agnoni

Impermeabilizzare un manufatto significa proteggerlo dagli attacchi degli agenti atmosferici, ma soprattutto dalla pioggia che, penetrando nella sua struttura, contribuisce ad innescare il processo di degrado. Le nuove tecniche di impermeabilizzazione prevedono l'impiego di prodotti a base di resine armate con particolari fibre di vetro. Queste tecniche, rappresentano dei veri e propri sistemi impermeabilizzanti che vengono progettati in funzione del tipo di struttura sulla quale bisognerà operare. Per sopperire a questo tipo di esigenza la Naici, oramai da diversi anni, ha immesso sul mercato la CEMENGUAINA, prodotto leader tra i sistemi impermeabilizzanti. Per consentire ai clienti e professionisti di applicare il prodotto a regola d'arte e senza errori, la Naici ha realizzato il manuale tecnico in grado di rispondere a tutti i quesiti che potrebbero emergere nel momento in cui si applica. Il manuale ha al suo interno la giusta

“ Tra i supporti tecnici che la Naici ha prodotto per il nuovo anno, riservando attenzione alla sua vasta clientela, v'è il manuale d'uso per affrontare il tema dell'impermeabilizzazione, mediante CEMENGUAINA, nel modo più immediato e semplice. ”

sequenza di molte situazioni che ogni operatore del settore può affrontare ogni giorno sul cantiere di lavoro. Naturalmente vi sono inserite anche tutte le eventuali procedure per la realizzazione degli accessori ed i vari prodotti che dovranno essere impiegati per eseguire il lavoro sempre a regola d'arte. Un supporto tecnico indispensabile poiché sempre più frequentemente si sente l'esigenza di realizzare impermeabilizzazioni che prevedono l'impiego di prodotti speciali, grazie ai quali è possibile eseguire lavori in tempi brevi, garantibili a norma di legge e dal costo contenuto. CEMENGUAINA oramai ne è la conferma tangibile e, grazie alla possibilità di avere un manuale che riporta tutti gli esempi di intervento, si potranno abbreviare ulteriormente i tempi di lavoro ed evitare inutili errori da parte di applicatori che, per la prima volta, eseguono lavori utilizzando queste nuove tecniche.

La Naici con Salvamuro Gel propone la soluzione definitiva per la realizzazione di una barriera impermeabile di risalita da qualsiasi tipo di umidità.

COME SI PRESENTA

Salvamuro Gel è un prodotto impermeabilizzante, migrante e autoadesivo.



Rispetto alle altre soluzioni in uso da diversi anni, non è necessario utilizzare alcuna armatura: è sufficiente un coat di gel.

4

DESCRIZIONE

Realizzazione di una barriera impermeabile in terra.

CAMPI DI IMPIEGO

La barriera impermeabile è composta da più strati applicati totalmente fuori terra.

MONTAGGIO



1



3

2



Manuale tecnico

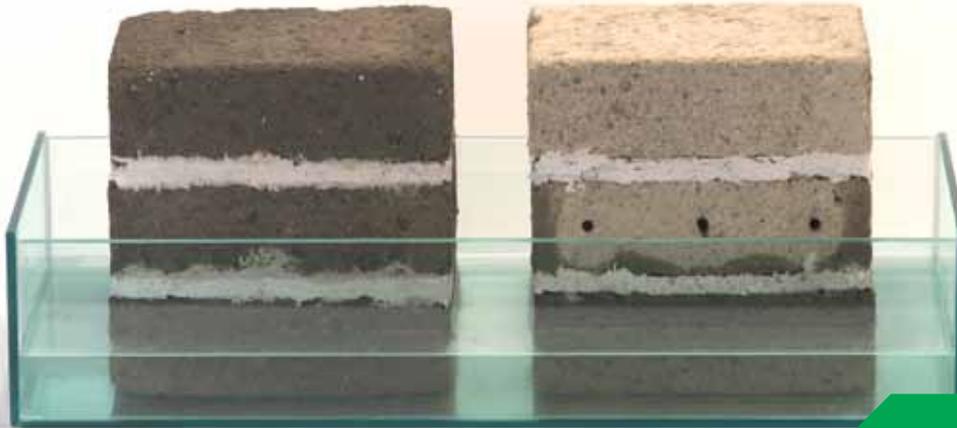
Naici

"spiana le armi" contro l'umidità di risalita

SALVAMURO GEL o DRY 14, due modi diversi per affrontare il problema ma uguali nel risultato e nello scopo: eliminare con semplicità ed efficacia il problema dell'umidità di risalita. Tutto è reso più semplice con i manuali tecnici che permettono a chiunque una deumidificazione professionale.

di E.M.
(ph Martino Cusano)

L'argomento della risalita di umidità dai muri risulta essere, da sempre, un fastidioso problema per chi deve affrontarlo e risolverlo, specie quando essa affiora negli ambienti in cui si vive. Chi non si affligge dinanzi alla comparsa di quelle noiose efflorescenze alla base dei muri o al verificarsi dei distacchi di intonaci e di vernice? Per non parlare del malessere fisi-



Dimostrazione visiva del grado di efficacia del Salvamuro Gel

co e del danneggiamento verso mobili ed oggetti vari! Insomma una "intrusione" sicuramente non gradita. La Naici, da oltre venticinque anni realizza con successo soluzioni per abbattere definitivamente il nemico dell'umidità di risalita. Il "limite" di queste soluzioni è stato, fino a qualche anno fa, quello di essere applicabile soltanto mediante interventi specializzati, con costi evidentemente elevati dovuti principalmente alla manodopera. È chiaro che problemi di questo genere non portano, solitamente, a tirarsi indietro, ma è ancor più evidente che risolvere un problema così importante con un adeguato contenimento dei costi è ancor più allettante. Nel corso degli anni nei laboratori Naici è avanzata la sperimentazione per la produzione di una "barriera" definitiva verso il problema dell'umidità di risalita, cercando anche la soluzione per abbattere i limiti di utilizzo (di applicazione) presenti fino a qualche anno fa. Illustre esempio è l'ultimo nato della linea "deumidifica-

zioni": il SALVAMURO GEL! Un prodotto professionale che si propone a chiunque data l'estrema semplicità di applicazione. SALVAMURO GEL è una crema gel senza solventi contenuta all'interno di sacchetti da 600 ml., estraibile mediante l'apposita pistola e gli accessori in dotazione. Il prodotto si presenta in "kit" (in una pratica valigetta) e contiene al proprio interno tutta l'attrezzatura necessaria all'intervento, oltre alla quale è necessario soltanto un comune trapano per effettuare i fori. Un prodotto quindi accessibile anche agli interventi "fai da te". Ad evidenziare la semplicità di utilizzo del materiale e renderlo davvero alla portata di chiunque, è stato realizzato un apposito manuale, dove vengono dettagliatamente illustrate le varie fasi di utilizzo, nelle possibili differenti situazioni che si potrebbero incontrare. Il manuale, oltre ad essere fruibile presso i rivenditori Naici, è presente all'interno di ogni confezione di SALVAMURO GEL, per guidare senza errori l'operatore durante le fasi dell'intervento.



Esempio di applicazione del prodotto Salvamuro Gel



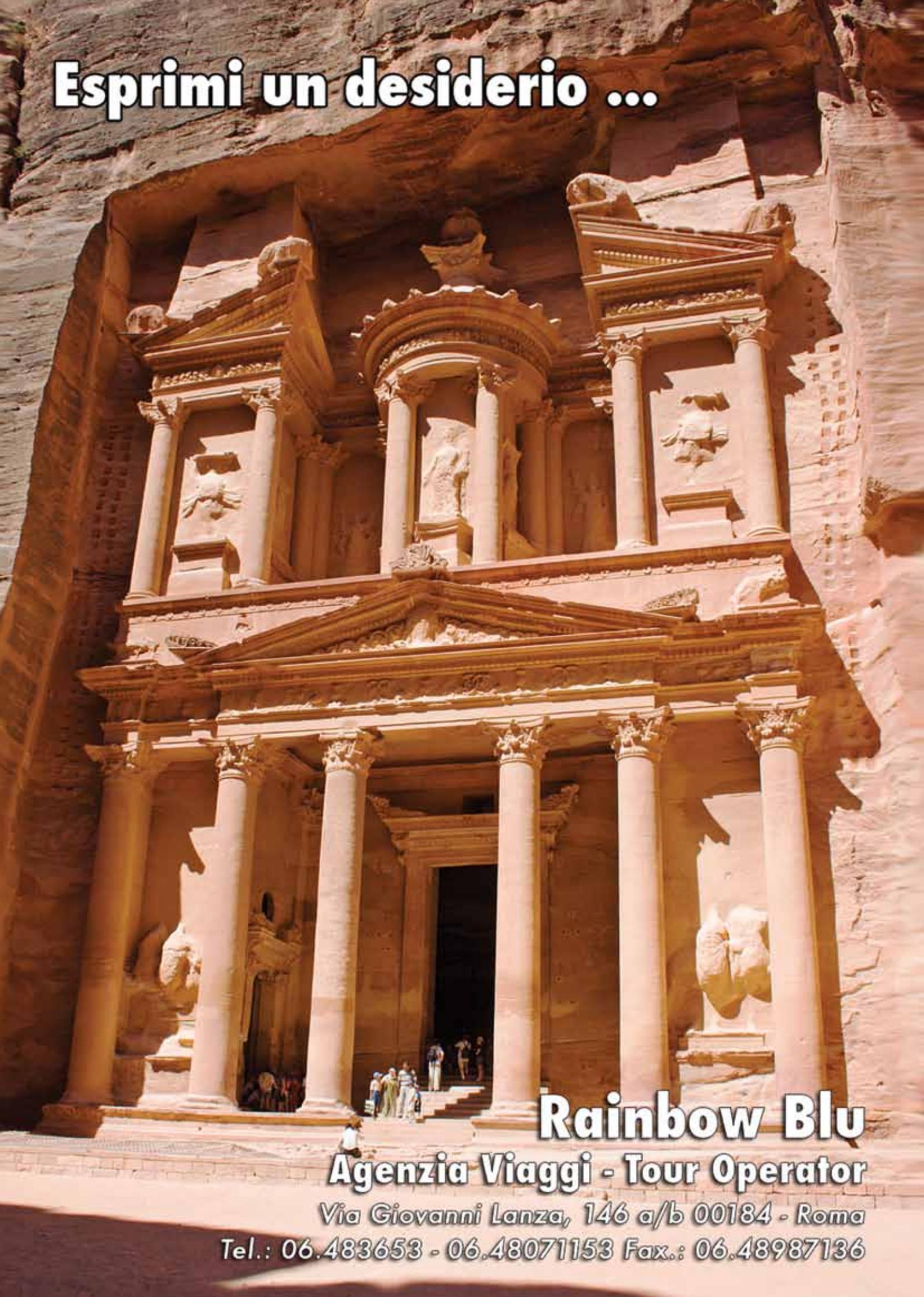
Momenti di lavorazione con il prodotto DRY 14

Un prodotto, come detto, nato dalla vasta esperienza Naici nel campo delle deumidificazioni e della “lotta” all’umidità di risalita. Infatti il primo materiale adatto allo scopo, nato a metà degli anni ‘80, era una soluzione di resine impermeabilizzanti disciolte in solventi denominato DRY 14; un prodotto che riusciva a curare definitivamente il problema ma con un piccolo punto a sfavore: un odore di solventi che, seppur lieve, per qualche giorno persisteva creando qualche disagio soprattutto in caso di locale abitato. L’obiettivo della ricerca era quindi di mantenere la straordinaria efficacia del materiale (eliminando però il difetto del fastidioso odore) e la via migliore era senz’altro quella di lavorare su una soluzione a base acqua. Al raggiungimento dell’obiettivo la prima difficoltà stava nel garantire la medesima efficacia dei materiali; è diffuso infatti l’erroneo modo di pensare che un prodotto al solvente sia sempre e “a priori” migliore rispetto ad un prodotto all’acqua. Naturalmente non sempre questa

affermazione è vera e, nel caso specifico, il nuovo DRY 14 a base d’acqua ha dimostrato il contrario divenendo, quindi, un materiale di altissima efficacia e pure completamente ecologico. Migliorate le caratteristiche del prodotto, era necessario un ausilio per semplificare considerevolmente le modalità applicative. Con tale obiettivo, all’inizio di quest’anno, è nato il pratico KIT INIETTORI. L’iniettore è composto da un “bicchiere” per il contenimento del liquido e dai vari elementi di raccordo per l’introduzione all’interno del muro. Il montaggio avviene semplicemente, in pochi secondi e senza bisogno di ulteriori attrezzature e l’iniettore è riutilizzabile più volte. Una “svolta” che accompagna e migliora la “filosofia storica” della barriera chimica: quella dell’iniezione liquida. Anche al “sistema di iniezione” DRY 14 (e relativi iniettori) è stato dedicato un manuale tecnico illustrato fotograficamente per una facile, corretta esecuzione delle opere.



Esprimi un desiderio ...



Rainbow Blu

Agenzia Viaggi - Tour Operator

Via Giovanni Lanza, 146 a/b 00184 - Roma

Tel.: 06.483653 - 06.48071153 Fax.: 06.48987136

UN GIOIELLO DI NOME PETRA



Definita il più bel luogo della terra per i colori delle sue rocce, la Città Rosa deve il suo fascino alla collocazione particolare nelle profondità di una stretta gola nel deserto da cui si apre un panorama dominato da un'ampia valle. Petra è il più bel luogo della terra: non per le rovine, ma per i colori delle sue rocce tutte rosse, nere, con strisce verdi e azzurre. "Non saprai mai cos'è Petra in realtà, a meno che tu non ci venga di persona". Lawrence d'Arabia introduceva così la Regina incontrastata dei tesori nazionali della Giordania, la "città rosa", dichiarata dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità.

di Nicoletta Lombardi

Petra, a 265 km dalla ca-

pitale Ammam, è il lascito dei Nabatei.

Il popolo arabo si stabilì in Giordania oltre 2000 anni fa e sotto il suo regno Petra divenne una città ammirata ovunque per la sua cultura raffinata, l'imponente architettura e l'ingegnoso complesso di dighe e canali. Il declino dei Nabatei avvenne con l'avvento dei Romani che con l'imperatore Traiano annesero Petra al loro impero. Ancora oggi si suole raggiungere Petra a piedi o a cavallo. L'ingresso più caratteristico è quello orientale, attraverso la lunga e profonda fessura delle rocce, chiamata Siq, una stretta gola lunga più di un chilometro. Molto del suo fascino la città lo deve alla sua collocazione particolare nelle profondità di una stretta gola nel deserto. Si cammina attraverso le pareti rocciose che si elevano fino ad 80 metri, passando in stanze scavate nelle spirali d'arenaria. Il monumento più famoso è il Tesoro, uno dei più eleganti resti dell'antichità, che compare in tutto il suo splendore alla fine del canyon: in perfetto stile ellenistico è completamente intagliato nella roccia viva. Alto più di trenta metri, assume a seconda dell'inclinazione dei raggi del sole diverse colorazioni, dal rosso scuro al rosa chiaro. Ancora oggi si presenta in buono stato di conservazione, ricco di statue, colonne, capitelli; l'interno consiste di varie stanze, le cui pareti sono attraversate da venature di roccia colorata. Il suo nome "tesoro" viene dal fatto che, in passato, si favoleggiava la presenza di ricchezze nascoste al suo interno, tuttora mai trovate. Il panorama è dominato da un'ampia valle, circondata da alture inaccessibili, sui fianchi delle quali spiccano in tutta la loro bellezza templi monumentali e costruzioni, sale funebri

e bassorilievi, centinaia di tombe, un Teatro Romano, grandi e piccole case, acquedotti, cisterne, scalinate monumentali, terme, luoghi di culto, altari sacrificali, arcate, mercati, tutto edificato nella nuda roccia, che rende l'atmosfera millenaria densa di mistero. Questi panorami raggiungono il massimo del fascino la mattina presto e il tardo pomeriggio, quando il sole conferisce calde sfumature alle pietre multicolori. Il martedì sera solitamente c'è uno spettacolo di luci da non perdere a Petra: tutti i Siq sono illuminati da candele e un beduino suona un flauto creando una melodia magica e sacra. E' consigliabile entrare nei Siq in gruppi e soprattutto mantenere il silenzio, dato che si tratta di luoghi sacri.

All'interno di Petra si trovano numerose bancarelle che vendono prodotti locali, soprattutto vasellame in stile nabateo, argenteria e gioielli.

Vi accorgete di quanto sia ospitale la gente del posto, capiterà infatti che locali vi inviteranno a bere con loro tè ed altre bevande calde.

Camminare di notte in silenzio tra le meravigliose rovine di Petra è a dir poco un'esperienza unica e indimenticabile

Petra è risultata essere tra le sette meraviglie del mondo moderno...cosa aspetti!

.....Corri a prenotare il tuo soggiorno a Petra presso la Rainbow Blu, ti aspettano ottime offerte



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.

Grondaia deteriorata

D *La mia grondaia in diversi punti si è deteriorata. Come posso risolvere il problema senza doverla smontare e sostituire? (Mario R. Cagliari).*

R I problemi di deterioramento delle gronde sono sempre più frequenti, le cause sono da attribuire a diversi fattori: montaggio errato della gronda che determina ristagni di acqua che con il tempo creano ruggine e forature della stessa; le stesse piogge acide sempre più corrosive, il crearsi di vegetazione stagnante, ecc. Le riparazioni con le resine impermeabilizzanti possono essere eseguite sempreché la gronda non sia forata in maniera copiosa. Quindi va carteggiata la parte oggetto di ripristino in modo da eliminare totalmente la ruggine, o convertirla con un idoneo convertitore tipo NAIRUST, monocomponente pronto all'uso. Ad asciugatura avvenuta, si passa all'applicazione della resina impermeabilizzante. Ne esistono di diversi tipi di nostra produzione, anche fibrorinforzate, l'ultima nata è FIBRODARK, monocomponente all'acqua, pronta all'uso, non ha bisogno di primer ancoranti, basta aprire la confezione, mescolare il prodotto con una normale tavola di legno pulita, quindi applicarla a spatola o pennello sulla zona in due mani consumando circa 2 kg al mq.

Umidità dai muri

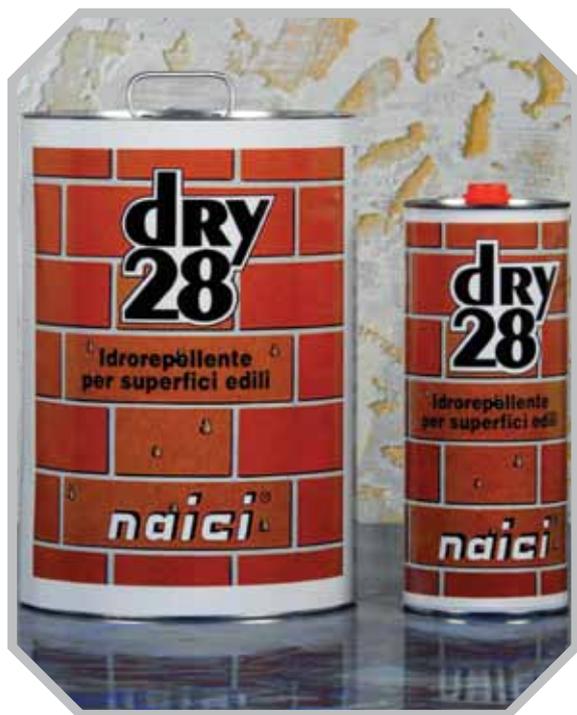
D *Ho un problema di umidità che deriva dal fatto che alcuni dei muri della mia abitazione, per circa 50 cm all'esterno, sono a contatto con il terreno. Qual è il modo più semplice, e soprattutto economico, per risolvere il mio problema? (Cesare V., Asiago).*



R Il metodo più semplice ed efficace per risolvere il suo problema è quello di realizzare un rivestimento impermeabile cementizio utilizzando NAI CM OSMOTICO ALTO SPESSORE in grado di bloccare l'umidità. Per realizzare il tipo di intervento è necessario rimuovere l'intonaco interno per un'altezza pari almeno al doppio di quella che presenta umidità. Non essendo specificato, si immagina che i muri di cui lei parla, e dalla loro dimensione, siano stati realizzati con il metodo tradizionale a "sacco". Quindi dovrà essere eseguita un'accurata pulizia della muratura mediante lavaggio, per eliminare qualsiasi residuo di polvere e fare in modo che l'adesione del NAI CM OSMOTICO ALTO SPESSORE non venga pregiudicata. Ad applicazione avvenuta, entro 24 ore, deve essere eseguito un "rinzafo" con intonaco cementizio deumidificante NAI CM SANAMURO. Ad asciugatura avvenuta si potrà proseguire alla realizzazione del nuovo intonaco mediante l'utilizzo di NAI CM SANAMURO, per uno spessore non inferiore a due centimetri avendo cura di non compattarlo con spatola o cazzuola. Refinire l'intonaco con rasante cementizio NAI CM RASANTE ZERO. Il nuovo intonaco potrà essere tingeggiato con idonee pitture altamente traspiranti.

Infiltrazioni dai muri

D Ho diverse infiltrazioni d'acqua provenienti da uno dei muri della mia abitazione (mattoni rossi, tipo Cortina). Avete un prodotto per risolvere questo inconveniente? (Maria C., Urbania).



R La prima cosa da fare è il controllo delle sigillature degli interstizi tra i mattoni, nel caso si verificasse la mancanza di questa anche parziale sarà necessario usare un apposito fugante premiscelato tipo NAI CM STUCCO FUGHE. Quindi procedere con una pulizia acida mediante l'utilizzo di un acido denominato NAIDROP GEL appositamente studiato per superfici verticali. Questo prodotto, in fase di produzione viene additivato con particolari tensioattivi che ne permettono l'uso anche puro in quanto non provoca macchie derivanti da aggressione acida. Si risciacquano bene i mattoni per eliminare qualsiasi traccia di acido, si aspetta la loro perfetta asciugatura, quindi si procede al trattamento mediante l'uso di un prodotto oleoidrorepellente denominato DRY 28, pronto all'uso, da applicarsi in più mani con rullo, pennello o spruzzo, per un consumo medio di 300 gr per mq di superficie.

Rivestimento in pietra

D Le intemperie hanno degradato il rivestimento in pietra nazionale delle mura perimetrali della mia casa. Cosa mi consigliate per risolvere questo problema? (Marco C., Rimini).



R Innanzitutto deve essere eseguita una pulizia accurata delle pietre mediante un acido tamponato denominato NAIDROP, in modo da eliminare qualsiasi tipo di residuo di salnitro o simili. Risciacquare abbondantemente la parte interessata ed attendere la perfetta asciugatura. Applicare a rullo, pennello o spruzzo il prodotto protettivo denominato NAISTONE se si vuole mantenere un effetto naturale o NAISTONE LUX per un effetto bagnato. I consumi variano dall'assorbimento della pietra, la media varia da 350 a 500 gr al mq. I mattoni rossi, che vengono applicati come prodotto di finitura estetico nelle abitazioni, hanno un potere assorbente, se non trattati, tale da trasmettere nel tempo l'acqua piovana all'interno delle strutture, provocando innumerevoli problemi agli intonaci interni.



Il 2011 è stato un anno ricco di soddisfazioni per il marchio Naici. Nell'analisi complessiva delle iniziative messe in campo, un risultato eccellente lo hanno avuto gli Open Day svolti sul territorio nazionale. Nel 2011 per una maggiore incisività sul mercato e così permettere ad un numero più consistente di rivenditori la partecipazione agli Open Day, il management ha voluto raddoppiare il numero di eventi organizzati nel 2010; un grande sforzo organizzativo per garantire la completa riuscita di ogni singolo appuntamento in programma. Dall'analisi dei dati raccolti post evento è stato rilevato un notevole apprezzamento da parte di tutti gli attori coinvolti sia nell'organizzazione ma soprattutto da parte delle attività commerciali che hanno voluto, fortemente, mettere a disposizione i propri spazi per le dimostrazioni dal vivo. Il tutto si evince inoltre sia dal numero di partecipanti agli eventi che dall'aumento del fatturato che i clienti hanno avuto subito dopo l'Open Day. Alla luce di questi risultati, ma anche dalle continue richieste di incontri da parte di clienti vecchi e nuovi, anche per il 2012 la Naici predisporrà un calendario di Open Day che vedrà interessato sempre tutto il territorio nazionale con lo svolgimento di un numero di eventi sicuramente superiore agli ultimi anni.

Volendo tener conto del detto "squadra che vince non si cambia" il Management aziendale demanda l'organizzazione degli Open Day allo stesso staff dello scorso anno, ma con alcune modifiche che renderanno più incisivo lo svolgimento degli eventi. Nel 2012, infine, il programma sarà personalizzato e immaginato per ogni cliente adeguandolo sia alle esigenze del mercato in cui si opera, che alle novità presentate alla forza vendita nella riunione di inizio anno.

Open Day, Un'occasione di crescita

di Giovanni Spagnol
(ph Martino Cusano)

Naici in... TWITTER

Sono oramai passati due anni da quando il marchio Naici decise di integrare un profilo Facebook nelle sue strategie di marketing, riscuotendo un successo che è andato ben oltre le più rosee aspettative. Al chiudersi del duemilaundici il brand aziendale ha superato le oltre mille “amicizie”; garantendo così, quotidianamente, un nuovo canale di comunicazione tra l’Impresa e la sua clientela. Ora, dopo aver ben assorbito le potenzialità di questi strumenti virtuali, è stata attivata un’ulteriore piattaforma: Twitter. Twitter è il social network più in voga del momento ed offre un servizio gratuito di rete sociale e di microblogging in grado di fornire agli utenti una pagina personale aggiornabile tramite messaggi. Il servizio è diventato assai popolare, anche come antagonista di Facebook, grazie alla sua essenzialità e facilità di utilizzo. Il marchio Naici, promosso e costantemente aggiornato da un efficiente dinamismo, ha deciso di servirsi anche di questo mezzo innovativo. D’ora in avanti, sempre più intensamente, il brand informerà gli internauti in tempo reale su tutte le sue novità produttive e con aggiornamenti e notizie sugli eventi ai quali intende partecipare. Un profilo creato ad arte per ricevere comunicazioni dirette da parte dei clienti con l’intento di rafforzare ancor più le relazioni coi partner consolidati o potenziali. È possibile twittare con Naici al seguente indirizzo: https://twitter.com/Naici_ICN.

di E.M.



Naici in fiera



“*Fiere, occasioni da sfruttare a fondo. La Naici ha partecipato al “Costruire Edil Levante” di Bari e prenderà parte all’ExpoEdilizia di Roma*”

di Enrico Morucci
(ph Martino Cusano)

Le fiere sono da considerarsi uno dei principali strumenti di comunicazione, promozione, ricerca, inizio o consolidazione di strategie commerciali e di marketing. La Naici da anni ha implementato la sua struttura di marketing in maniera da garantire le giuste accortezze durante tutto l’iter fieristico. Essendo il mercato dei prodotti speciali per l’edilizia, sempre in fermento e in evoluzione, partecipare alle fiere permette di parlare a molteplici pubblici diversi in un unico ambiente “aperto”; perché, nonostante il moltiplicarsi dei mezzi di comunicazione, la partecipazione a una fiera offre un’opportunità unica: quella di far “toccare con mano” il prodotto a una vasta clientela. Inoltre la fiera consente di avere un contatto diretto con il potenziale cliente, conoscerne le esigenze e personalizzare la presentazione di prodotti e servizi e, non da ultimo, raccogliere immediatamente il feedback. Per questo l’Azienda ICN col marchio Naici nella prima parte dell’anno si troverà coinvolta in ben due fiere del settore. La prima è stata quella di Bari, la più importante fiera dell’edilizia del centro-sud Italia, svoltasi nei primi giorni del mese di marzo, dove l’Azienda ha partecipato con un proprio stand ed esponendo la gamma dei prodotti impermeabilizzanti e le resine per pavimenti. Dal 22 al 25 marzo lo stand e il team Naici sarà a Roma. La Capitale, nei moderni padiglioni fieristici situati nelle adiacenze dell’autostrada Fiumicino-Roma, ospiterà uno dei più

importanti saloni espositivi di tutta Europa: l’ExpoEdilizia 2012. Da diversi anni l’Azienda non manca di partecipare attivamente a questo evento portando con sé tutte le novità ed il know how aziendale. In entrambe gli appuntamenti la parola d’ordine sarà “interazione e confronto”. Il posto d’onore, come sempre del resto, verrà lasciato alle dimostrazioni dal vivo delle applicazioni dei prodotti e delle ultime novità già presentate in anteprima alla “forza vendite”. Attraverso la visione dei processi applicativi, in concomitanza con spiegazioni chiare da parte dei professionisti di casa Naici, si innescherà una relazione ed una discussione accesa e partecipata.



La green economy secondo Naici



di Giovanni Spagnol

Il 2020 sarà per l'Europa un anno fondamentale per le verifiche sulla sostenibilità del piano approvato nel 2008 definito con tre numeri: 20-20-20. Tale piano prevede che entro il 2020 vi sia una diminuzione dell'emissione nell'atmosfera del 20% di gas serra, una diminuzione di energia del 20% ed infine, l'utilizzo di almeno il 20% di energia ricavata da fonti rinnovabili. Il piano è molto ambizioso ma la sua attuazione porterà grandi benefici sia come miglioramento della vivibilità delle nostre città ma anche benefici economici su vasta scala. La green economy, in questo senso, coinvolgerà tutti i settori produttivi in quanto tutti dovranno collaborare affinché si raggiungano i traguardi prefissati. Uno dei settori produttivi che più saranno interessati dalla green economy sarà il settore dell'edilizia ed è proprio in questo momento di forte crisi che occorrerà pensare alla green building come uno dei volani di ripresa del mercato edile. Per capire come l'edilizia possa avere un ruolo fondamentale in questo progetto bisogna analizzare alcuni dati fondamentali i quali evidenziano che: a) produce il 40,7% di emissioni di CO₂ nell'ambiente; c) è responsabile dell'utilizzo del 35% delle risorse ambientali; d) è responsabile del 38% dei rifiuti. Un altro dato molto importante da tenere in considerazione sta nel fatto che il 37% degli edifici presenti sul territorio nazionale sono stati costruiti tra il 1946 e il 1971, anni in cui la migrazione dalle campagne verso le città ha portato a costruire spesso in fretta e non sempre seguendo scrupolosamente canoni di giusta edificabilità. Di questo 37%, circa il 40% (836.000 edifici) versano in pessime condizioni e in gran parte sono ubicati nelle grandi città, grandi agglomerati urbani, con una popolazione superiore alle 250.000 unità. Le città, in quest'ottica, possono

essere il motore socioeconomico del nostro Paese. Ma saranno chiamate a rottamare o a riqualificare parti importanti del loro territorio, parti costruite spesso in fretta e senza quella qualità architettonica, urbana e degli stessi materiali costruttivi, necessaria a valorizzare il loro territorio, le loro potenzialità, le loro specificità. La riqualificazione o la costruzione di nuovi edifici dovranno essere fatte seguendo le nuove normative che la comunità europea ci impone per arrivare a quel famoso 20-20-20. Ed è proprio in questo ambito che l'azienda Naici sta sviluppando un'intera gamma di prodotti eco-sostenibili e andando a dichiarare quali tra quelli attualmente presenti sul mercato assolvono a tali caratteristiche. Il principale impatto dei materiali da costruzione sull'ambiente che ci circonda è dato ad esempio dalle emissioni delle cosiddette "sostanze organiche volatili" (VOC): sostanze che possono, a temperatura ambiente, emettere vapori nocivi. Per questo motivo, e per moltissimi altri, la Naici nella sua linea dei prodotti eco-sostenibili ha previsto di inserire i primi cinque bollini di identificazione: 1) Prodotto all'acqua, 2) Prodotto a basso contenuto di solventi, 3) Voc low, 4) Voc zero, 5) Basso impatto ambientale. Il lavoro che si sta svolgendo nei laboratori di ricerca e sviluppo Naici è costantemente volto alla formulazione di materiali che rientrano nei parametri dettati dai principali istituti di certificazione perché vivere in una città pulita e senza emissioni nocive è la mission che il marchio Naici si è data da sempre e riportata in auge negli ultimi anni proiettandola nel futuro. L'immagine che rappresenta l'eco-sostenibilità dei prodotti Naici è stata affidata ad un dettaglio del logotipo ICN che porta in sé l'essenza dell'Azienda: la tartaruga elegantemente stilizzata.



Euro 2012

di Andrea Tranquilli

EURO 2012				
DATA	GRUPPO	SQUADRA	ORE	LUOGO
Venerdì 8 giugno 2012	Gruppo A	Polonia – Grecia Russia – Repubblica Ceca	18.00 20.45	Varsavia Wroclaw
Sabato 9 giugno 2012	Gruppo B	Olanda - Danimarca Germania – Portogallo	18.00 20.45	Kharkiv Lviv
Domenica 10 giugno 2012	Gruppo C	Spagna – Italia Irlanda – Croazia	18.00 20.45	Danzica Poznan
Lunedì 11 giugno 2012	Gruppo D	Francia – Inghilterra Ucraina – Svezia	18.00 20.45	Donetsk Kiev
Martedì 12 giugno 2012	Gruppo A	Grecia – Repubblica Ceca Polonia – Russia	18.00 20.45	Wroclaw Varsavia
Mercoledì 13 giugno 2012	Gruppo B	Danimarca – Portogallo Olanda - Germania	18.00 20.45	Lviv Kharkiv
Giovedì 14 giugno 2012	Gruppo C	Italia – Croazia Spagna – Irlanda	18.00 20.45	Poznan Danzica
Venerdì 15 giugno 2012	Gruppo D	Svezia- Inghilterra Ucraina – Francia	20.45 18.00	Kiev Donetsk
Sabato 16 giugno 2012	Gruppo A	Repubblica Ceca - Polonia Grecia – Russia	20.45 20.45	Wroclaw Varsavia
Domenica 17 giugno 2012	Gruppo B	Portogallo – Olanda Danimarca – Germania	20.45 20.45	Kharkiv Lviv
Lunedì 18 giugno 2012	Gruppo C	Croazia – Spagna Italia – Irlanda	20.45 20.45	Danzica Poznan
Martedì 19 giugno 2012	Gruppo D	Inghilterra – Ucraina Svezia – Francia	20.45 20.45	Donetsk Kiev
Giovedì 21 giugno 2012	1A – 2B	-	20.45	Varsavia
Venerdì 22 giugno 2012	1B – 2A	-	20.45	Danzica
Sabato 23 giugno 2012	1C – 2D	-	20.45	Donetsk
Domenica 24 giugno 2012	1D – 2C	-	20.45	Kiev
Mercoledì 27 giugno 2012	Semifinale	-	20.45	Donetsk
Giovedì 28 June 2012	Semifinale	-	20.45	Varsavia
Domenica 1 luglio 2012	Finale	-	20.45	Kiev

Ancora qualche mese e tornerà nuovamente il campionato europeo di calcio. L'Euro 2012, infatti, giocherà la prima partita l'8 giugno con la finale prevista per il 1° luglio 2012. Le partite si disputeranno sui campi di calcio di Polonia e Ucraina. L'Europeo è stato diviso in quattro gruppi ed include 16 squadre: Polonia (paese ospitante), Ucraina (paese ospitante), Spagna, Germania, Russia, Italia, Francia, Olanda, Grecia, Inghilterra, Danimarca, Svezia, Portogallo, Croazia, Repubblica d'Irlanda, Repubblica Ceca. A sinistra il calendario delle partite.

BARRIERA CHIMICA CONTRO L'UMIDITÀ DI RISALITA



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.



ROMANA DIESEL

da sempre a fianco
di chi lavora

FIAT
GROUP



IVECO



IRISBUS



ASTRA



NEW HOLLAND
CONSTRUCTION



NEW HOLLAND
AGRICULTURE



CASE II
AGRICULTURE



PROFESSIONAL



VIBERTI

Roma

via Collatina, 456
tel. 06.22571 - fax 06.2251500
vendite@romanadiesel.com

Frosinone

via dell'Industria
ang. SS dei Monti Lepini km 6,600 Ceccano
tel. 0775.6431 - fax 0775.643248
frosinone@romanadiesel.com

Latina

SS Pontina km 67,500
tel. 0773.4611 - fax 0773.461222
latina@romanadiesel.com

Numero verde

800-302100

Lun. - Ven. 9,00 - 18,00

Alessandro Valentini
335.6351854

Viterbo

via F. Baracca, 47
tel. 0761.270785 - fax 0761.254465
viterbo@romanadiesel.com

Rieti

via D. Di Carlo, 1
tel./fax 0746.489955
rieti@romanadiesel.com

L'Aquila

tel 06.22571 • fax 06.2251500
l'aquila@romanadiesel.com