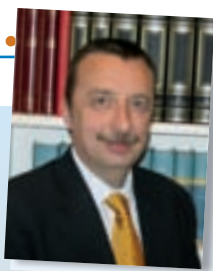


# Innovativo per vocazione

*Dal semplice – almeno in apparenza - tubo di silicone ai superfluidificanti di nuova generazione, alle nuove nanotecnologie, è davvero grande il contributo di idee, tecnologie e soluzioni offerto al cantiere dall'industria chimica. E soprattutto in costante e continua evoluzione.*

*Mauro Rancati e Silvia Salvaderi*

**U**no degli aspetti più stimolanti del settore della chimica per l'edilizia risiede nel fatto che mai come in questo ambito la parola innovazione mantiene tutto il suo significato. Innovazione vera, in cui gli aspetti commerciali non sono mai disgiunti da contenuti tecnologici di alto livello che, ben lungi dall'essere puri "esercizi di stile", sono finalizzati alla risoluzione di concrete e specifiche problematiche di cantiere. Una vocazione, questa, che ha dato vita, soprattutto nel corso dell'ultimo decennio, a una fioritura di prodotti e soluzioni oggi utilizzate con successo tanto nelle opere più impegnative – come avviene nel caso degli additivi per calcestruzzo – quanto nelle applicazioni più comuni, in cui adesivi e sigillanti agevolano il compito dell'operatore aiutandolo a lavorare meglio, più rapidamente e con risultati più funzionali. Vediamo allora cosa si è mosso in questi due comparti, e soprattutto in quali direzioni la loro evoluzione si sta orientando.



## La voce dei produttori

**Giovanni Borsa,**  
**Responsabile Marketing Rivendita Basf CC Italia**

**D La Rivendita:** *La chimica per l'edilizia permette di ottenere nella commercializzazione dei prodotti profitti interessanti. Anche in questo ambito è ancora il prezzo a fare la differenza o la rivendita è interessata alle valenze tecniche e alle prestazioni del prodotto?*

**R Borsa:** Non si può dare una risposta univoca, ma in generale rispetto a una volta il prezzo non è più considerato un fattore determinante per la scelta di un prodotto. Questo in particolare per una certa categoria di rivenditori, più strutturati e collaborativi, meno per i rivenditori di taglio medio-piccolo che considerano il prezzo ancora uno dei pochi strumenti, se non l'unico, capace di allettare i propri clienti. Per il nostro settore, di prodotti a largo utilizzo ma non ancora commodities, il prezzo costituisce solo una delle componenti attrattive, insieme alla qualità, il servizio, l'innovazione e la ricerca.

**D La Rivendita:** *Nei settori dell'edilizia, quello della chimica è tra quelli più attenti e orientati all'innovazione. Come vengono accolte le novità di prodotto dalla rivendita?*

**R Borsa:** In genere la rivendita accoglie i lanci di prodotto con molta attenzione, c'è volontà di comprensione tra gli addetti ai lavori. Occorre anche valutare se si tratta di innovazione o invenzione. Si può innovare anche senza inventare nulla di nuovo, l'innovazione può essere a livello di packaging e non di contenuto. Basf si propone di crescere sia nel prodotto che nel "vestito", sia con l'innovazione che con la ricerca di nuovi prodotti.

**D La Rivendita:** *Quali servizi offrite a supporto della vendita dei prodotti?*

**R Borsa:** Due sono i capisaldi dell'azienda: formazione e assistenza tecnica. Assistenza pre e post vendita, a committenza e progettazione, sopralluoghi in cantiere, valutazione di corretta

posa in opera. La formazione è dedicata sia al personale delle rivendite che agli attori del comparto: progettisti, architetti, posatori, imprese edili.

**D La Rivendita:** *Attraverso quali iniziative promuovete i vostri prodotti presso i punti vendita?*

**R Borsa:** L'azienda supporta i punti vendita con documentazione tecnica, gadget, promozioni. A questo aggiunge assistenza tecnica puntuale, open house, conferenze e giornate dimostrative rivolte sia al personale della rivendita che ai suoi clienti.

**D La Rivendita:** *In quali aree geografiche commercializzate la vostra produzione?*

**R Borsa:** Basf Construction Chemicals commercializza i suoi prodotti in tutto il mondo. In Italia copre tutto il territorio nazionale, isole comprese, con funzionari e agenti monomandatari.

**D La Rivendita:** *Quali sono stati, nell'arco degli ultimi dieci anni, i cambiamenti e le tendenze più significative all'interno del vostro settore sia sul versante tecnologico, sia sotto il profilo commerciale? E quali sono quelle attualmente in atto?*

**R Borsa:** L'azienda è presente in Italia da più di 60 anni. Sul versante tecnologico la più grande innovazione in atto è, per quanto ci riguarda, l'applicazione delle nanotecnologie ai prodotti per le costruzioni. È un percorso che nasce da uno studio a carattere europeo che coinvolge i laboratori di ricerca delle sedi italiana, tedesca e spagnola.

Altre innovazioni sono rivolte alla semplificazione dei prodotti, a parità di caratteristiche e prestazioni. Sotto il profilo commerciale in questo momento i produttori sembrano quasi un soggetto passivo, è il mercato della distribuzione a proporre una evoluzione ed una diversificazione sempre più marcata. E Basf segue questo cambiamento di scenario con molta attenzione dedicando ad esso risorse importanti.

## ◆ Un aiuto per il calcestruzzo

Mai come in questo ultimo decennio il panorama degli additivi per calcestruzzo ha evidenziato significative evoluzioni, mirate sia all'ottimizzazione del ciclo produttivo di questo materiale che al miglioramento delle sue performance. Baricentro di questa ricerca alcune caratteristiche salienti quali lavorabilità, prestazioni meccaniche, comportamento in fase di stagionatura e durabilità, il cui miglioramento ha stimolato sia lo sviluppo di prodotti già esistenti che l'elaborazione di formulati di nuova generazione dalle caratteristiche fortemente innovative.

Quasi d'obbligo iniziare questa breve panoramica con le star degli additivi, i fluidificanti e superfluidificanti che, nelle loro versioni tradizionali a base di lignin solfonato e beta-naftalensolfonato condensato hanno rappresentato per circa un ventennio, dagli anni '60

fino alla fine degli anni '80, la punta di diamante nel campo dell'additivazione del calcestruzzo. Ed è proprio nella fase finale di questo periodo che ha inizio un percorso di ricerca che porterà allo sviluppo dei cosiddetti superfluidificanti di nuova generazione, a base di molecole innovative come i polycarbossilati o poliacrilati modificati in calcestruzzo, prodotti oggi affermati sul mercato grazie agli eccellenti risultati in termini di riduzione della percentuale d'acqua d'impasto e mantenimento di lavorabilità, notevolmente superiori ai superfluidificanti tradizionali. Senza addentrarci in dettagli tecnici, va comunque segnalato che il particolare meccanismo di azione di questi prodotti consente di ottenere una dispersione dei granuli di cemento nell'impasto più efficiente e stabile nel tempo, ottenere rapporti acqua/cemento molto più bassi e, di

conseguenza, incrementare le resistenze meccaniche del calcestruzzo alle varie stagionature, in particolare a breve termine. Esponenti più evoluti di questa famiglia di additivi sono oggi i cosiddetti additivi super riduttori di acqua di tipo polycarbossilico PC accoppiati a prodotti SLCA (Slump Loss Controlling Agent) finalizzati alla produzione di calcestruzzi con basso rapporto acqua/cemento, molto lavorabili e quindi più facili da mettere in opera



## La voce dei produttori

**Remo Fioroni,**  
Direttore Commerciale Colmef

**D La Rivendita:** *La chimica per l'edilizia permette di ottenere nella commercializzazione dei prodotti profitti interessanti. Anche in questo ambito è ancora il prezzo a fare la differenza o la rivendita è interessata alle valenze tecniche e alle prestazioni del prodotto?*

**R Fioroni:** Il prezzo conta ma negli ultimi anni la rivendita sembra più sensibile alla qualità del prodotto che al prezzo. Il rivenditore è preparato tecnicamente, conosce le differenze tra i prodotti e le componenti.

**D La Rivendita:** *Nei settori dell'edilizia, quello della chimica è tra quelli più attenti e orientati all'innovazione. Come vengono accolte le novità di prodotto dalla rivendita?*

**R Fioroni:** Dipende dalla professionalità della rivendita. Se è qualificata accetta di buon grado le novità sul mercato, se è piccola e poco strutturata si abbarbica su posizioni di difesa del prezzo. Spesso i consorzi privilegiano i grandi marchi, discriminando talvolta le aziende più piccole seppure garanti di elevata attenzione alla qualità.

**D La Rivendita:** *Quali servizi offrite a supporto della vendita dei prodotti?*

**R Fioroni:** Forniamo assistenza alla progettazione con un sito dedicato, esempi di capitolato, dvd interattivi che forniscono step by step le istruzioni all'uso dei prodotti. Diversi funzionari tecnici si rendono disponibili a sopralluoghi in cantiere, ma anche i nostri agenti vendita sono sottoposti a corsi tecnici, tali da poter

assolvere per primi alla funzione di consulenza specifica.

**D La Rivendita:** *Attraverso quali iniziative promuovete i vostri prodotti presso i punti vendita?*

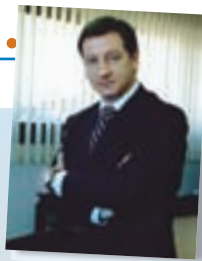
**R Fioroni:** Supportiamo i prodotti con offerte promozionali in certi periodi dell'anno, forniamo inoltre documentazione tecnica cartacea e cataloghi elettronici. Se il punto vendita ha uno spazio organizzato impostiamo, in collaborazione con la rivendita, corsi di formazione per il personale della rivendita stessa e per la sua clientela.

**D La Rivendita:** *In quali aree geografiche commercializzate la vostra produzione?*

**R Fioroni:** Commercializziamo in Italia, nel bacino del Mediterraneo e in Medio Oriente. Negli ultimi tre anni abbiamo aperto impianti produttivi a Dubai, in Romania e in Libano.

**D La Rivendita:** *Quali sono stati, nell'arco degli ultimi dieci anni, i cambiamenti e le tendenze più significative all'interno del vostro settore sia sul versante tecnologico, sia sotto il profilo commerciale? E quali sono quelle attualmente in atto?*

**R Fioroni:** Prima c'erano prodotti più generici, oggi siamo arrivati allo sviluppo di prodotti e materiali più specifici e performanti. Percorriamo un trend di sviluppo sempre più rivolto all'estero, a livello geografico, e a livello di gamma abbiamo allargato la produzione ad adesivi per piastrelle, preparatori di sottofondi, massetti, pietra ricomposta. A gennaio inaugureremo anche il nuovo stabilimento con impianto completamente automatizzato e dedicato alle nuove linee di materiali.



## La voce dei produttori

**Stefano Natalini,**  
Direttore Commerciale Italia Opera

**D La Rivendita:** *La chimica per l'edilizia permette di ottenere nella commercializzazione dei prodotti profitti interessanti. Anche in questo ambito è ancora il prezzo a fare la differenza o la rivendita è interessata alle valenze tecniche e alle prestazioni del prodotto?*

**R Natalini:** E' certamente nell'interesse del rivenditore commercializzare prodotti tecnici che possano risolvere con facilità di utilizzo le esigenze e le problematiche dei loro clienti. L'avvento della chimica nella formulazione di nuovi prodotti con modalità d'impiego rapide e definitive fa sì che il fattore prezzo sia uno scoglio superabile, per concentrarsi appunto sulle caratteristiche prestazionali degli articoli. Proprio in quest'ottica Opera negli ultimi anni ha dedicato notevoli risorse allo studio e messa a punto di prodotti dalle elevate caratteristiche tecniche.

**D La Rivendita:** *Nei settori dell'edilizia, quello della chimica è tra quelli più attenti e orientati all'innovazione. Come vengono accolte le novità di prodotto dalla rivendita?*

**R Natalini:** I prodotti di nuova generazione vengono accolti dalla maggior parte dei rivenditori con interesse: essi stessi si trovano sempre più coinvolti nella proposizione di nuove soluzioni. Ancora una volta è la chimica introdotta nelle componenti e nei processi di lavorazione ad agevolare la diffusione di tipologie di prodotti più semplici e veloci sul mercato.

**D La Rivendita:** *Quali servizi offrite a supporto della vendita dei prodotti?*

**R Natalini:** Alle rivendite offriamo consulenza tecnica in loco, con sopralluoghi in cantiere, e documentazione specifica, come cataloghi di prodotto, cd interattivi, espositori e un sito internet

a cui rivolgere quesiti e dubbi. Il nostro staff tecnico risponde prontamente alle specifiche richieste pervenute on-line.

**D La Rivendita:** *Attraverso quali iniziative promuovete i vostri prodotti presso i punti vendita?*

**R Natalini:** Componente strategica nel lancio di un nuovo prodotto è il rapporto che si instaura tra il produttore e la rivendita nella persona del banconiere/renditore. Opera organizza meeting e corsi formativi in collaborazione con la rivendita per mettere gli operatori del front office a conoscenza di tutte le novità del mercato. Coinvolgiamo anche gli studi tecnici e di progettazione in attività di promozione dei nuovi prodotti.

**D La Rivendita:** *In quali aree geografiche commercializzate la vostra produzione?*

**R Natalini:** Operiamo maggiormente in Italia, Cipro, Germania e Portogallo. A breve implementeremo la rete commerciale dedicata al mercato estero, andando a completare quella in Italia.

**D La Rivendita:** *Quali sono stati, nell'arco degli ultimi dieci anni, i cambiamenti e le tendenze più significative all'interno del vostro settore sia sul versante tecnologico, sia sotto il profilo commerciale? E quali sono quelle attualmente in atto?*

**R Natalini:** Opera negli ultimi anni si è dedicata principalmente allo sviluppo di prodotti nel settore "malte tecniche". Oggi possiamo offrire ai clienti massetti, autolivellanti, rasature per intonaci, intonaci deumidificanti, prodotti impermeabilizzanti, guaine liquide e tanti altri articoli che completano il catalogo con più di 110 prodotti. Serviamo parecchi punti vendita concentrati prevalentemente nel sud Italia e puntiamo alla fidelizzazione della clientela.



## La voce dei produttori

**Livio Folloni,**  
**Direttore Commerciale Levocell**

**D La Rivendita:** *La chimica per l'edilizia permette di ottenere nella commercializzazione dei prodotti profitti interessanti. Anche in questo ambito è ancora il prezzo a fare la differenza o la rivendita è interessata alle valenze tecniche e alle prestazioni del prodotto?*

**R Folloni:** Purtroppo il prezzo rappresenta ancora un elemento importante per la scelta di un prodotto, anche se ultimamente le rivendite sembrano più attente alle prestazioni tecniche e al servizio offerto dall'azienda a supporto del prodotto. In generale le rivendite strutturate si avvalgono di fornitori selezionati e sembrano meno sensibili al fattore prezzo rispetto a quelle più piccole. Esistono comunque le eccezioni: rivendite indipendenti che premiano specializzazione, innovazioni, partnership..

**D La Rivendita:** *Nei settori dell'edilizia, quello della chimica è tra quelli più attenti e orientati all'innovazione. Come vengono accolte le novità di prodotto dalla rivendita?*

**R Folloni:** Se l'azienda promuove bene la tecnologia e le performance del prodotto la rivendita segue con interesse la proposta innovativa. In genere si rivelano attente e orientate all'innovazione.

**D La Rivendita:** *Quali servizi offrite a supporto della vendita dei prodotti?*

**R Folloni:** Offriamo prodotti per cui è importante la consulenza dal punto di vista tecnico. Per questo Levocell è impegnata

ta nella fornitura di schede tecniche, documentazione cartacea, cataloghi di prodotto. C'è anche uno staff tecnico composto da due geologi preposto alle problematiche di impermeabilizzazione, e un architetto dedicato alle altre applicazioni.

**D La Rivendita:** *Attraverso quali iniziative promuovete i vostri prodotti presso i punti vendita?*

**R Folloni:** La nostra rete vendita di 50 agenti monomandatari, seguiti da 5 capi area, segue con una copertura capillare sul territorio italiano tutti gli attori dell'edilizia: progettisti, posatori, rivendite. Facciamo formazione presso il punto vendita, incontri con i clienti della rivendita allo scopo di far conoscere i nostri prodotti e le loro potenzialità. In determinati periodi dell'anno organizziamo campagne promozionali cercando di spingere maggiormente alcune linee di prodotto sul mercato.

**D La Rivendita:** *In quali aree geografiche commercializzate la vostra produzione?*

**R Folloni:** Copriamo l'intero territorio nazionale, comprese le isole.

**D La Rivendita:** *Quali sono stati, nell'arco degli ultimi dieci anni, i cambiamenti e le tendenze più significative all'interno del vostro settore sia sul versante tecnologico, sia sotto il profilo commerciale? E quali sono quelle attualmente in atto?*

**R Folloni:** Levocell ha impostato una politica commerciale orientata all'edilizia diffusa e alla valorizzazione del rapporto con la rivendita, nell'ottica di azioni molto trasparenti, che possano premiare l'azienda e chi investe nei suoi prodotti. Il rivenditore dal canto suo è tutelato attraverso agevolazioni, trattamenti di prezzo migliori, e partnership consolidate.



anche in condizioni avverse, ad esempio in caso di temperature elevate o tempi di trasporto prolungati.

Sul fronte del controllo dei fenomeni di ritiro in fase di stagionatura, in fronte più avanzato della ricerca è oggi rappresentato dagli additivi SRA (Shrinkage-Reducing Admixtures), in grado di migliorare la stabilità dimensionale del calcestruzzo, soprattutto in combinazione con super-riduttori di acqua di tipo PC e agenti espansivi a base di ossido di calcio. Questi prodotti consentono di realizzare calcestruzzi privi di ritiro (i cosiddetti Shrinkage-Free Concretes) e, spesso in combinazione con macrofibre polimeriche, eliminare i fenomeni di fessurazione sempre dovuti al ritiro del calcestruzzo.

In rapporto a un altro parametro prestazionale oggi fortemente vincolante e definito con precisione dalle normative in materia, la durabilità, l'industria chimica ha elaborato una serie di formulati di nuova generazione in grado di prolungare la vita di servizio del calcestruzzo fino al limite dei 100 anni.

La soluzione più evoluta, in questo caso, è quella degli additivi super-riduttori di acqua (high-range water reducers) di tipo polycarbossilico PE, che consentono di ridurre l'acqua di impasto, e quindi il rapporto acqua/cemento, realizzando così calcestruzzi ad alta resistenza meccanica, bassa porosità e permeabilità, eventualmente in combinazione con i già citati super riduttori di ritiro, che oltre a migliorare le caratteristiche intrinseche dell'impasto consentono di proteggere



in maniera più efficace il maggiore punto debole delle strutture in calcestruzzo, i ferri d'armatura.

### ◆ Incollare e sigillare

Anche gli altri protagonisti della nostra indagine, gli adesivi e i sigillanti, sono stati oggetto di una forte evoluzione tecnologica, che se da un lato ha determinato l'affinamento di soluzioni già presenti sul mercato, dall'altro ha visto affiancarsi a queste, grazie alla ricerca dell'industria chimica, prodotti di nuova formulazione appositamente studiati per le applicazioni nel settore edilizio. Nel segmento degli adesivi utilizzati per la posa di pavimentazioni e rivestimenti, ad esempio, alle tradizionali malte cementizie si sono via via aggiunti gli adesivi a base cementizia e organica. I primi, in sostanza, sono normali malte cementizie predosate che necessitano solo dell'aggiunta di acqua, ma rispetto a queste ultime contengono resine e additivi idroritenti che migliorano la capacità adesiva del cemento, trattenendo l'acqua del-



## La voce dei produttori

**Gian Luca Sghedoni,**  
Amministratore Delegato Kerakoll Group

**D La Rivendita:** *La chimica per l'edilizia permette di ottenere nella commercializzazione dei prodotti profitti interessanti. Anche in questo ambito è ancora il prezzo a fare la differenza o la rivendita è interessata alle valenze tecniche e alle prestazioni del prodotto?*

**R Sghedoni:** Affidabilità e innovazione sia dei prodotti che dei servizi sono oggi fattori discriminanti, ed elementi distintivi del posizionamento di Kerakoll sul mercato unitamente a un'altra chiave strategica: la realizzazione di prodotti che semplifichino il lavoro in cantiere e soddisfino le esigenze dell'applicatore. Quindi prodotti monocomponenti, di veloce utilizzo, che richiedono meno passaggi e meno fatica. E in questo senso è indirizzata la nostra attività di ricerca e sviluppo, un'area strategica alla quale dedichiamo forti investimenti pari al 5,5% del fatturato annuo che si traducono in un costante miglioramento dei prodotti.

**D La Rivendita:** *Nei settori dell'edilizia, quello della chimica è tra quelli più attenti e orientati all'innovazione. Come vengono accolte le novità di prodotto dalla rivendita?*

**R Sghedoni:** Le novità sono sempre ben accette se rispondono a una reale esigenza del mercato. Ne è un esempio Biocalce, la brand division di materiali naturali da costruzione, che abbiamo lanciato nel 2005. Con Biocalce diamo la possibilità di realizzare una "casa che respira", attraverso l'uso di materiali da costruzione naturali, traspiranti ed ecologici per il raggiungimento di un equilibrio costruttivo che garantisca un'elevata qualità igienico-sanitaria degli edifici e il conseguente benessere psico-fisico dell'individuo. Abbiamo lanciato questa linea nel 2005, e i risultati sono stati sorprendenti anche per noi. Le ricerche condotte ci indicavano un mercato dell'edilizia sostenibile in forte espansione ma le vendite stanno superando tutte le nostre previsioni. Questo dimostra ancora una volta che il mercato premia le aziende con offerte serie, certificate, che rispondono alle esigenze del mercato.

**D La Rivendita:** *Quali servizi offrite a supporto della vendita dei prodotti?*

**R Sghedoni:** Cerchiamo di soddisfare ogni esigenza del cliente: da una forte presenza sul territorio grazie a una rete di circa 200 tecnici professionisti che, oltre a curare la promozione del prodotto, forniscono un vero e proprio servizio di assistenza pre e post vendita, a una rete di promoter altamente qualificati cui è affidato il supporto alla progettazione e alla direzione lavori, soprattutto nei grandi cantieri. Inoltre già dal 1990 mettiamo a disposizione della clientela un Call Center e un servizio di Pron-

to Cantiere con cui garantiamo la presenza sul cantiere di un nostro tecnico entro 24 ore dalla chiamata.

**D La Rivendita:** *Attraverso quali iniziative promuovete i vostri prodotti presso i punti vendita?*

**R Sghedoni:** Il nostro principale obiettivo è quello di promuovere e diffondere una migliore qualità costruttiva e per farlo consideriamo come fattore strategico l'aggiornamento tecnico e la formazione professionale, aree per le quali gli investimenti nel quadriennio 2003 - 2006 sono stati pari al 3,2% del fatturato. Il Centro tecnico Kerakoll è una struttura all'avanguardia per l'aggiornamento professionale e la formazione tecnica di applicatori, capi cantiere, progettisti, che organizza corsi a diversi livelli di specializzazione, sia teorici che pratici, caratterizzati da un metodo collaudato e costantemente aggiornato, e rappresenta oggi uno degli istituti professionali privati più autorevoli in materia di aggiornamento su nuove tecnologie e sistemi costruttivi. Con 2.500 mq di cantiere scuola e 65 trainer specializzati, il Centro Tecnico Kerakoll ha organizzato 2.566 Corsi nel quinquennio 2002-2006, diplomando circa 120.000 professionisti in Europa tra progettisti, applicatori, impresari edili, soprintendenze.

**D La Rivendita:** *In quali aree geografiche commercializzate la vostra produzione?*

**R Sghedoni:** Siamo presenti capillarmente su tutto il territorio nazionale in oltre 12.000 rivenditori, e abbiamo altresì una forte presenza all'estero in 14 Paesi sia con stabilimenti produttivi che con filiali commerciali.

**D La Rivendita:** *Quali sono stati, nell'arco degli ultimi dieci anni, i cambiamenti e le tendenze più significative all'interno del vostro settore sia sul versante tecnologico, sia sotto il profilo commerciale? E quali sono quelle attualmente in atto?*

**R Sghedoni:** Come già evidenziato la tendenza più significativa è certamente quella del rispetto della salute dell'operatore e dei fruitori di case. Sono ormai veramente numerose le persone in cui si è fatta strada la convinzione che il benessere psicofisico e la prevenzione delle malattie passano anche per le quattro mura di casa, il modo in cui sono costruite, intonacate, imbiancate o riscaldate. Con la linea di materiali naturali da costruzione Biocalce oggi è possibile costruire case ecosostenibili ad un prezzo adeguato perché non necessitano di manodopera specializzata, si applicano nei normali tempi di cantiere e con le normali attrezzature, si trovano in tutta Italia presso 8.000 rivenditori e hanno un costo sostanzialmente in linea con quello dei comuni materiali a base cemento. Si tratta di un progetto serio, e il mercato lo ha capito.

l'impasto e mettendola a disposizione della parte legante per consentire la reazione di presa e di indurimento. I principali vantaggi offerti da questa soluzione consistono nella possibilità di impiego anche in spessori sottili (fra i 2 e i 5 millimetri), mantenendo pari caratteristiche chimiche e meccaniche e, nei prodotti di ultima generazione, in tempi di asciugatura nettamente inferiori rispetto alle malte tradizionali (anche del 60-70%), proprietà che permette di velocizzare sensibilmente un'operazione, la posa

dei pavimenti, tradizionalmente vincolata a tempi tecnici piuttosto prolungati. Altrettanto sofisticati gli adesivi a base organica, oggi presenti sul mercato in due versioni: in pasta pronta, confezioni di dispersioni acquose formate da resine di vario tipo (acriliche, viniliche, ecc.), e bicomponenti, composti da resine ed elastomeri (epossidici, poliuretanic, furanici) e dall'agente indurente da miscelare al momento dell'uso. Le caratteristiche fisico - chimiche di questi prodotti possono variare forte-

mente a seconda della formulazione e delle gamme offerte dai vari produttori; in linea generale, comunque, tutti questi adesivi presentano una buona elasticità e, conseguentemente, una elevata attitudine a adattarsi alle deformazioni degli strati sottostanti a quello di allettamento, nonché un'eccellente resistenza agli attacchi chimici, tanto da essere frequentemente utilizzati per la realizzazione di pavimentazioni speciali. Non trascurabili sono anche le evoluzioni di alcuni prodotti di finitura come

## La voce dei produttori

**Alexander Colmano,**  
Responsabile Marketing Torggler Chimica

**D La Rivendita:** *La chimica per l'edilizia permette di ottenere nella commercializzazione dei prodotti profitti interessanti. Anche in questo ambito è ancora il prezzo a fare la differenza o la rivendita è interessata alle valenze tecniche e alle prestazioni del prodotto?*

**R Colmano:** Analizzando le tendenze di mercato posso affermare che sia la qualità che la valenza tecnica rivestono un'importanza fondamentale. Questo porta o dovrebbe portare a un compromesso, favorendo entrambi i fattori. Ovvero, bisogna puntare a fornire alla rivendita un prodotto altamente tecnico dotato di ottime prestazioni, ma che nello stesso tempo venga commercializzato a un prezzo competitivo. Essendo la rivendita un'azienda commerciale che segue l'andamento delle richieste del mercato le concediamo la decisione finale sul prezzo, tenendo conto della politica di prezzo aziendale. Comunque a prevalere è sempre la qualità.

**D La Rivendita:** *Nei settori dell'edilizia, quello della chimica è tra quelli più attenti e orientati all'innovazione. Come vengono accolte le novità di prodotto dalla rivendita?*

**R Colmano:** Direi molto bene, purché i prodotti abbiano caratteristiche tecniche e prestazionali elevate e forniscano vantaggi applicativi all'utilizzatore finale. Ovviamente anche prezzo e qualità del prodotto rivestono un ruolo fondamentale per la vendita del prodotto stesso, così come il supporto tecnico e l'assistenza di co-marketing a due vie (produttore/rivendita) sono necessari per sostenere il lancio di tutte le novità.

**D La Rivendita:** *Quali servizi offrite a supporto della vendita dei prodotti?*

**R Colmano:** La nostra azienda è dotata di una rete di assistenti tecnici specializzati sottoposti a formazione continua, che si occupa di analisi/prove tecniche di materiali nonché sopralluo-

ghi nei cantieri e presso gli studi tecnici, fornendo inoltre consulenze mirate. Oltre a ciò Torggler è costantemente impegnata sul fronte dell'assistenza alla rivendita con svariate iniziative, quali convegni e info day presso il punto vendita e seminari presso la sede aziendale di Merano.

**D La Rivendita:** *Attraverso quali iniziative promuovete i vostri prodotti presso i punti vendita?*

**R Colmano:** A seconda del prodotto e del settore merceologico vengono messi a disposizione del rivenditore servizi diversi, quali gadget, espositori informativi, dettagliata documentazione tecnica. Un ruolo importante rivestono i seminari che vengono organizzati presso le rivendite, dando ampio spazio alle dimostrazioni pratiche di posa in opera dei prodotti Torggler.

**D La Rivendita:** *In quali aree geografiche commercializzate la vostra produzione?*

**R Colmano:** Torggler Chimica distribuisce i suoi prodotti su tutto il territorio nazionale e in alcuni paesi europei ed extraeuropei.

**D La Rivendita:** *Quali sono stati, nell'arco degli ultimi dieci anni, i cambiamenti e le tendenze più significative all'interno del vostro settore sia sul versante tecnologico, sia sotto il profilo commerciale? E quali sono quelle attualmente in atto?*

**R Colmano:** Negli ultimi dieci anni il settore ha visto la nascita di sistemi completi sotto il profilo tecnologico e di conseguenza vantaggiosi sotto il profilo commerciale. Vi è stata inoltre una riorganizzazione del mercato con la nascita di nuove forme di aggregazione, i gruppi di acquisto. Si è verificato anche un aumento del livello e del grado di specializzazione che ha comportato un miglioramento nell'offerta di prodotto e nella sua distribuzione.



quelli utilizzati per la fugatura dei rivestimenti, in questo caso volti soprattutto alla loro connotazione estetica. L'esempio più significativo in questo senso è la comparsa sul mercato dei prodotti colorati in pasta, siano essi malte a base cementizia (per pavimentazioni ordinarie) o epossidica (per superfici cui si richiedono caratteristiche di resistenza e igienicità), sia sigillanti epossidici o poliuretani bi e tricomponenti (indicati per ambienti aggressivi), già dosati nelle giuste proporzioni. A chiudere questa breve rassegna è la vasta famiglia dei prodotti sigillanti, in particolare dei siliconi, vere e proprie star del mercato per la loro praticità e capacità di risolvere con efficacia mol-



teplici problematiche e dettagli di cantiere. Anche se la loro formulazione in laboratorio data addirittura il XIX° secolo, il loro utilizzo su scala industriale ha inizio solo verso la seconda metà del '900, con l'individuazione di processi di sintesi che ne consentono la produzione su scala industriale e il progressivo miglioramento delle caratteristiche. A partire dagli anni '60 le tradizionali gomme acetiche, formulati monocomponenti reticolanti in atmosfera umida che, liberando acido acetico, vulcanizzano formando una massa elastica, vengono via via affiancate e poi sostituite dai prodotti siliconici, in formulazione, monocomponente o bicomponente, che grazie

alle loro caratteristiche di adesività e deformabilità diventano ben presto protagonisti assoluti del settore edilizio. La varietà di prodotti oggi presenti sul mercato è pressoché infinita, dai più tradizionali siliconi monocomponente a reticolazione acetica per impieghi generici, a quelli neutri a base di silicone puro esenti da solventi che assicurano la massima compatibilità su ogni tipo di supporto edilizio, passando per una vasta serie di varianti con caratteristiche calibrate in funzione di specifiche prestazioni (resistenza al fuoco, igienicità, verniciabilità, ecc.). Non mancano, anche in questo caso, le versioni colorate, che si affiancano al tradizionale silicone trasparente consentendone l'impiego anche laddove le sigillature devono soddisfare requisiti di carattere estetico oltre che funzionale. ■