STEA NEWS
N°3 - Marzo 2002

SOMMARIO

Editoriale
E' ancora presto

Le aziende informano
Isolmant®

Non tutti sanno che...
Reazione o resistenza al fuoco?

Punto vendita
Edilvencato s.r.l.

Sistemi costruttivi
Sistemi di copertura

Punto vendita
Sartore Severinio & C. s.n.c.

Internet e dintorni
La firma digitale

L'esperto risponde
Legge finanziaria per il 2002

Leggi e decreti
L.R. Veneto N. 21/1996

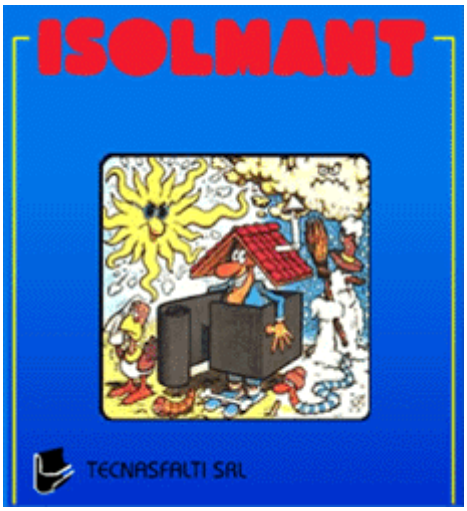
Attualità
Marketing o pubblicità?

... E' ANCORA PRESTO

È fuori dubbio che, da più di qualche anno a questo parte, il mercato dell'edilizia sta funzionando bene. La domanda si mantiene sempre elevata e, secondo il CRESME, questa situazione dovrebbe durare fino a tutto il 2003.
In realtà il livello della domanda è del tutto equivalente al tasso di nervosismo presente nella mente degli addetti del settore. Si continua a pensare (come è logico) che il mercato sta cambiando, che domani sarà diverso da oggi e che le sfide future saranno più difficili e cruente.
In un contesto di questo tipo produzione e distribuzione si stanno muovendo più o meno allo stesso modo. In altre parole, volendo utilizzare una metafora di tipo militare, "stanno ammassando truppe al confine" in attesa che giunga l'ora di attaccare o di difendersi nel caso in cui sia il nemico a muoversi per primo.
Le forze in campo cominciano ad avere dimensioni ragguardevoli. Nel settore della distribuzione, per esempio, si sta infatti passando dalla logica di aggregazione in gruppi d'acquisto (che ha caratterizzato questi ultimi tre - quattro anni) a quella dell'aggregazione di più gruppi in "supergruppi."
Si tratta per il momento di scelte fatte "per affinità di specie", se così si può dire, ma che in futuro dovranno dar origine a strategie precise ed a comportamenti commerciali diversi da quelli attuali.
Certo è che nel settore distribuzione gli atteggiamenti, perlomeno quelli mentali, stanno cambiando.
I gruppi o i supergruppi intendono diventare punti di riferimento qualificati del mercato per le aree di attività di loro pertinenza. Per ottenere questo risultato chiedono all'industria di poter elevare la qualità del rapporto commerciale ed instaurare legami di vera e propria partnership basati su progetti di sviluppo di prodotti o sistemi costruttivi.
L'industria dichiara politiche commerciali rivolte alla distribuzione, ma spesso quest'ultima viene "dribblata".
Tutto questo implica però che da una parte e dall'altra si facciano delle scelte precise.
E la scelta, il più delle volte, è un processo mentale che richiede tempo.
È ancora presto?

Flavio Parise

ISOLMANT



ISOLMANT® - TECNASFALTI S.r.l.
Via Umbria, 8 - 20098 San Giuliano Milanese (MI)
Tel. 02.988969.1 - Fax 02.9880904
www.isolmant.it - isolmant@isolmant.it

La Tecnasfalti produce ed è responsabile del marchio e del prodotto ISOLMANT®, una schiuma poliolefinica, a celle chiuse, reticolata fisicamente ottenuta in processo continuo.
ISOLMANT® è un prodotto che, grazie alla sua caratteristica produzione, possiede caratteristiche che lo rendono unico nelle prestazioni in applicazioni acustiche e nei risanamenti termici ed acustici (si veda il sito www.isolmant.it).
ISOLMANT® possiede, infatti, una grande resistenza alla compressione immediata e ripartita nel tempo pur garantendo al contempo un valore di rigidità dinamica favorevole. È considerato un prodotto tossicologicamente inerte ed ecologicamente neutro, è facile da utilizzare, leggero da trasportare, resistente meccanicamente, garantisce alti abbattimenti acustici in spessori ridotti.
ISOLMANT® è prodotto singolarmente o in abbinamento con altri prodotti: piombo, gomma, tessuto non tessuto, fibra. Può essere richiesto adesivizzato da una o due facce, tagliato in strisce su misura a seconda della esigenza (es: tagliamuro acustico o porta gettata di contenimento), è disponibile con reazione al fuoco di classe 2 o classe 1 (con omologazione del Ministero degli Interni).
ISOLMANT® è utilizzato in numerose applicazioni: tra le più famose la soluzione acustica anti-calpestio nella realizzazione di pavimenti galleggianti, come desolidarizzante tra strutture rigide, ma è anche apprezzato nelle applicazioni in verticale, ha un ottimo comportamento termico e permette l'utilizzo in quote basse garantendo un'alta resa (es. isolamento termico delle terrazze).
ISOLMANT® è stato testato in tutti i più famosi istituti di certificazione europei (CSTB di Parigi, EMPA di Zurigo, Galileo Ferraris di Torino ecc.), è un prodotto ISO 9001 ed è venduto in più di 20 nazioni estere tramite 12 distribuzioni dirette.
Le certificazioni comprendono, oltre che quelle classiche previste dalle norme comunitarie, anche applicazioni in abbinamento con altri prodotti: ad esempio argilla espansa e polistirolo per le applicazioni orizzontali; cartongesso e forati di differente misura per le applicazioni verticali.
L'ufficio tecnico della Tecnasfalti esegue anche verifiche acustiche in opera e su strutture finite relativamente ad applicazioni con ISOLMANT® atte ad ottenere idoneità abitative, sviluppa calcoli preventivi su strutture orizzontali e verticali da costruire (tecnico@isolmant.it). Naturalmente il tutto viene sviluppato secondo le direttive della legge 447/95 e del D.P.C.M. del 5 dicembre 1997.
La Tecnasfalti ha, inoltre, redatto un software di calcolo acustico (**acustica 1.1**) che permette il calcolo del livello sonoro sottostante Lnw di una struttura orizzontale secondo gli standard vigenti conoscendone la stratigrafia ed inserendo i dati all'interno del software secondo una schermata prestabilita. Tale software permetterà anche l'ottimizzazione di una struttura e la sua progettazione acustica simultanea.
ISOLMANT® è presente sul mercato da oltre venticinque anni. La sua struttura è sempre in aumento ed investe il 5% del fatturato in ricerche, sviluppando sempre nuove tecnologie all'avanguardia, sia applicative sia costruttive.
Una parte basilare riveste anche il contatto con l'esterno, che si manifesta tramite la partecipazione alle maggiori fiere del settore in Europa, alla realizzazione di conferenze divulgative e di aggiornamento tecnico.

REAZIONE O RESISTENZA AL FUOCO

Prova di resistenza al fuoco su pannello in muratura

Nell'ambito del comportamento al fuoco dei materiali e delle strutture si riscontra interpretativa generata, nella maggior parte dei casi, da valutazioni soggettive o r certi aspetti risulta ormai datata).
Questa nota vuole essere un contributo nel fornire una serie di definizioni e di con materia, necessarie per definire il comportamento al fuoco di un determinato com

In generale per comportamento al fuoco si intende quell'insieme di trasformazioni all'esposizione, di un materiale o di un sistema costruttivo, all'azione del fuoco. All definizione, la normativa italiana attualmente in vigore introduce e distingue due f

- **la reazione al fuoco;**
- **la resistenza al fuoco.**

Reazione al fuoco e resistenza al fuoco sono due aspetti del comportamento al fuo loro molto diversi. Si ritiene opportuno riportare una definizione precisa di questi c dalle norme per la loro determinazione.

La reazione al fuoco
La "reazione al fuoco" di un materiale è definita dal D.M. 30/11/1983 "Termini, definizioni generali e simboli grafici di prevenzione incendi" come:
"Grado di partecipazione di un materiale combustibile al fuoco al quale è sottoposto".
In relazione a ciò i materiali sono assegnati (D.M. 26/6/1984) alle classi 0, 1, 2, 3, 4, 5 con l'aumentare della loro partecipazione alla combustione; quelli di classe 0 sono incombustibili.
La classe di reazione al fuoco fornisce quindi un giudizio sulla attitudine del materiale a contribuire o meno al carico di incendio. Il D.M. 14/1/1985 (all'art. 1) attribuisce classe di reazione 0 ai materiali di seguito elencati:

- materiali da costruzione, compatti od espansi a base di ossidi metallici (ossido di calcio, magnesio, silicio, alluminio ed altri) o di composti inorganici (carbonati, solfati, silicati di calcio ed altri) privi di leganti organici;
- materiali isolanti a base di fibre minerali (di roccia, di vetro, ceramiche ed altre) privi di leganti organici;
- materiali costituiti da metalli con o senza finitura superficiale a base inorganica.

La resistenza al fuoco
La resistenza al fuoco è definita (D.M. 30/11/1983) come: "L'attitudine di un elemento costruttivo, sia esso componente o struttura, a conservare, secondo un programma termico prestabilito e per un certo periodo di tempo, la stabilità (indicata con il simbolo R), la tenuta (indicata con il simbolo E) e l'isolamento termico (indicato con il simbolo I)."
Analizzando questa definizione più in dettaglio, la normativa stabilisce quanto segue:

- la stabilità R è l'attitudine di un elemento da costruzione a conservare la propria resistenza meccanica sotto l'azione dell'incendio;
- la tenuta E è la capacità di un elemento da costruzione di non lasciar passare (né tantomeno produrre) fiamme, vapori o gas caldi dal lato esposto a quello non esposto;
- l'isolamento I è l'attitudine di un elemento costruttivo a ridurre, entro determinati limiti, la trasmissione del calore.

Il valore di resistenza al fuoco REI è espresso in unità di misura "tempo" (per la precisione in minuti) e rappresenta il tempo al di sotto del quale l'elemento costruttivo è in grado di mantenere e garantire la propria stabilità, tenuta ed isolamento. Da un punto di vista generale, quindi, il valore REI è determinato dal più basso valore di uno dei tre parametri: R, E ed I (anch'essi, ovviamente, misurati in minuti).
Le prove sperimentali di valutazione della resistenza al fuoco vengono eseguite su campioni che, per necessità operative, rappresentano la schematizzazione delle probabili situazioni applicative presenti in realtà. Pertanto la loro validità (di per sé limitata al campione stesso) può essere successivamente estesa al cantiere solo quando esistano sufficienti garanzie che la situazione reale sia "a favore della sicurezza".
I criteri da seguire per

la determinazione sperimentale della resistenza al fuoco di un elemento costruttivo sono indicati nella Circolare n. 91.

Lorenzo Bari

EDILVENCATO s.r.l.

EDILVENCATO s.r.l.
Via Campagna, 36 - 36078 Valdagno (Vi)
Tel. 0445.402790 - Fax 0445.402078

E-mail:
edilvencato@edilvencato.it

Luciano Vencato
titolare della EdilVencato s.r.l.

In questo numero Ivano Vencato presenta la Edilvencato s.r.l., socia fondatrice del Gruppo STEA.

"Agli inizi degli anni '60, Vito Vencato, papà di Ivano, Giannino, Claudio e Dario, aveva intrapreso un'attività in proprio di trasporto per conto terzi.
In quel periodo eravamo in una fase di forte trasformazione del sistema di costruzione dei fabbricati: si cominciava a costruire i muri portanti non più in pietra, ma con moduli prefabbricati in laterizio o in calcestruzzo, i solai non più in legno ma in laterizio e calcestruzzo e, all'interno degli stessi edifici, si cominciavano ad inserire alcuni impianti ed accessori, rendendoli quindi più comodi e confortevoli.
La trasformazione dell'attività da trasporto per conto terzi a commercio di materiale per l'edilizia, vista allora come una opportunità, si è rivelata nel tempo appropriata per far fronte alle richieste del mercato.
Così, nel 1964, Ivano, ancora in verde età, affiancando il padre dava vita alla nuova attività. Con il passare del tempo, in azienda si inserivano successivamente anche Giannino e Claudio, mentre invece il fratello minore Dario entrava a far parte dell'organico aziendale solo a metà degli anni '90, mettendo a disposizione della società la sua preparazione e le sue conoscenze a livello informatico.
Nel 1974, da Ditta individuale l'azienda si trasformava in Società, con la nuova denominazione "Edilvencato s.n.c.".
L'esperienza acquisita grazie ad una costante attenzione alle necessità del cliente, aggiunta alla consapevolezza di poter svolgere un ruolo importante nel collegamento tra produttori e utilizzatori dei prodotti, è stata la molla che ha fatto crescere e sviluppare nel tempo l'attività dell'azienda.
Con i suoi 17 addetti, la Società oggi offre ai propri clienti una vastissima gamma di prodotti, consulenza sul loro impiego, consegne rapide, supporto logistico, servizi di coordinamento e posa in opera dei materiali.
La fidelizzazione del cliente è sempre stato l'obiettivo del lavoro svolto con attenzione ai giusti equilibri tra qualità ed economicità. A seconda del tipo di cliente, settore per settore oggi l'azienda attraverso i suoi addetti è in grado di soddisfare qualsiasi esigenza del tecnico progettista, dell'impresa o del privato.
Verso la fine degli anni '90, nonostante il nostro impegno precedente che ci aveva portato ad un buon livello come rivendita di materiali edili, si è avvertita la necessità di migliorarci, in modo da vivere il cambiamento in atto nel mercato da protagonisti. Ed è stato per questo che, in collaborazione con altri rivenditori affini per mentalità, sensibilità e aspettative, abbiamo dato vita al Gruppo STEA.

Vista del magazzino isolanti della Edilvencato s.r.l.

L'obiettivo comune di fronte ad un mercato che chiedeva sempre più qualità, contenimento dei costi, competenza e trasparenza, era quello di unire le nostre esperienze e le nostre forze per razionalizzare i servizi comuni e migliorare il rapporto con i fornitori con i quali intrattenevamo rapporti commerciali.
Tre anni di percorso comune ci hanno fatto capire che la strada intrapresa era quella giusta. La collaborazione che ci animava ha permesso, tra l'altro, di istituire corsi di formazione tenuti da agenzie specializzate e destinati al personale di ogni settore aziendale sia in rapporto allo specifico ruolo svolto da ognuno in seno all'attività, sia mirati alla miglior conoscenza dei prodotti commercializzati. A quest'ultimo proposito, di rilevante importanza si è dimostrata la collaborazione con i fornitori stessi dei prodotti che hanno messo a nostra disposizione il loro personale tecnico per illustrare, in teoria e pratica, caratteristiche e sistemi d'uso dei materiali.
Questa nuova concezione del rapporto con i nostri fornitori, sviluppato nel giusto rispetto degli specifici ruoli, siamo sicuri sarà in grado di assicurarci anche per il futuro ulteriori soddisfazioni, creando quelle sinergie che andranno a beneficio finale della nostra clientela.
Dopo quasi 40 anni di attività, in questi ultimi tempi è in atto anche da noi il cambio generazionale che ha reso opportuno il cambiamento dell'assetto societario, avvenuto con la recente trasformazione della società da S.n.c. a S.r.l..
Siamo quindi in una fase interlocutoria di questo passaggio, che viene vissuta da tutti noi con attenzione e soprattutto dialogo. Le nuove leve ci sono ed è auspicabile che l'orgoglio e lo spirito di sacrificio aiutino a trovare le giuste motivazioni per

proseguire e possibilmente migliorare quanto è stato finora fatto, convinti che il nostro ruolo nel settore è di vitale importanza ma anche che il radicamento al territorio in cui operiamo sarà sempre più visibile in funzione di quanto sapremo accrescere in qualità e competenza le nostre conoscenze ed i nostri servizi.

La squadra Edilvencato s.r.l.

SISTEMI DI COPERTURA

Stea News inizia, a partire da questo numero, una rubrica dedicata ai sistemi costruttivi (definizioni, componenti, prestazioni, ecc.). Il mercato edilizio tende inevitabilmente a richiedere non più singoli prodotti ma "pacchetti (o sistemi) costruttivi completi" aventi caratteristiche e prestazioni garantite.
Come primo sistema da illustrare è stato scelto il tetto (sistema di copertura).

In generale una copertura è una struttura formata da una serie di strati di materiali, ognuno dei quali svolge una precisa funzione. Al fine di individuare con proprietà di linguaggio i singoli elementi e strati del sistema si riportano di seguito le seguenti definizioni:

a) **Copertura continua:** copertura in cui l'elemento di tenuta (vedi punto e) assicura la tenuta all'acqua indipendentemente dalla pendenza della falda;

b) **Copertura discontinua:** copertura in cui l'elemento di tenuta assicura la tenuta all'acqua solo per valori di pendenza della superficie della copertura maggiori di un certo valore minimo (di solito determinato in funzione del materiale utilizzato);

c) **Elemento di collegamento:** elemento o insieme integrato di elementi avente la funzione di assicurare il collegamento tra strati o elementi contigui (per esempio chiodi, viti autofilettanti, graffe, staffe, adesivi ecc.);

d) **Elemento di supporto:** elemento avente la funzione di permettere l'appoggio di un elemento e/o strato (cordoli di malta, listelli di legno, tavolati ecc.);

e) **Elemento di tenuta:** elemento avente la funzione di conferire alla copertura una determinata impermeabilità all'acqua meteorica ed in grado di resistere a sollecitazioni fisiche, meccaniche e chimiche indotte dall'ambiente esterno o dall'uso (per esempio tegole, coppi, lastre in fibrocemento, lastre di pietra ecc.);

f) **Elemento portante:** elemento avente la funzione di sopportare i carichi permanenti ed accidentali agenti sulla copertura (soletta in cls, travetti in legno ecc.);

g) **Elemento termoisolante:** elemento avente la funzione di garantire un determinato valore di resistenza termica della copertura (per esempio calcestruzzo alleggerito, pannelli isolanti in polistirene, lana di vetro ecc.);

h) **Strato barriera al vapore:** strato avente la funzione di impedire il passaggio di vapore d'acqua al fine di controllare il fenomeno di formazione di condensa (calcestruzzo, malta o conglomerato bituminoso, guaine bituminose ecc.);

i) **Strato di schermo al vapore:** strato avente la funzione di ridurre (non impedire!) il passaggio del vapore al fine di controllare il fenomeno di formazione di condensa (per esempio carta oleata ecc.);

j) **Strato di diffusione o di controllo della pressione di vapore:** strato avente la funzione di impedire la formazione di pressioni anomale all'interno della copertura conseguenti all'evaporazione dell'acqua (per esempio fogli a base di prodotti bituminosi o catramosi, ecc.);

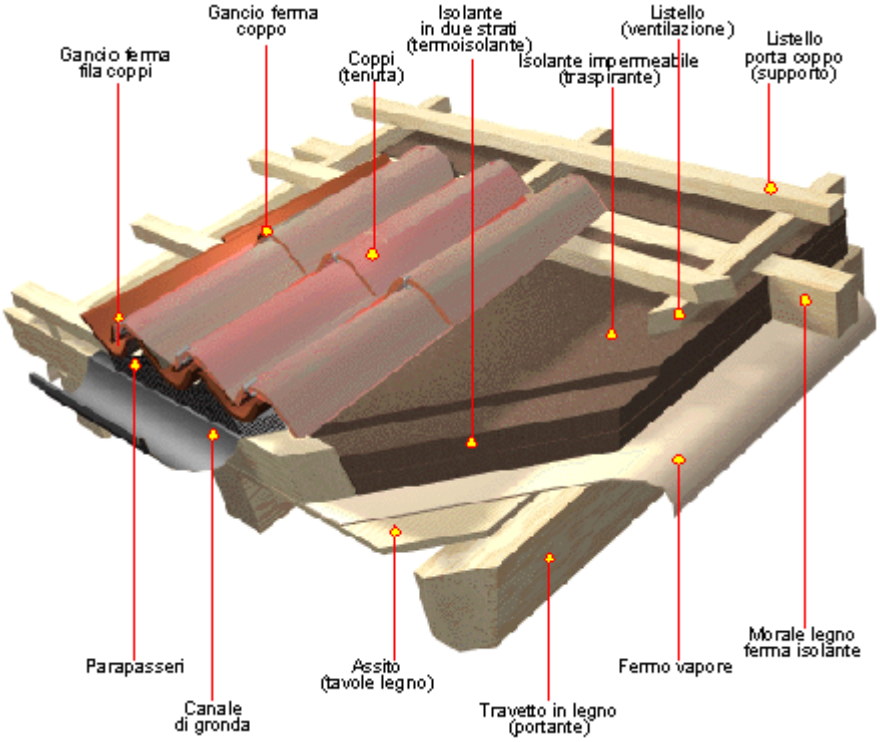
k) **Strato di protezione:** strato avente la funzione di controllare le alterazioni conseguenti a sollecitazioni di carattere meccanico e fisico-chimiche (pitture, vernici, smalti, ecc.);

l) **Strato drenante:** strato avente la funzione di raccogliere e smaltire l'eventuale acqua penetrata all'interno della copertura (fogli a base di prodotti bituminosi, ecc.);

m) **Strato di ventilazione:** strato avente la funzione di contribuire al

controllo delle caratteristiche termo-igrometriche della copertura attraverso ricambi d'aria naturali o forzati.

(...continua nel prossimo numero)



Sartore Severinio & C. s.n.c.

Sartore Severino & C. s.n.c.
Via Lungo Gogna, 45
36015 Schio (Vi)
Tel. 0445.524211
Fax 0445.521531

E-mail: sartore@gruppostea.it

Severino Sartore
contitolare della Sartore s.n.c.

In questo numero Severino Sartore presenta la Sartore s.n.c, socia fondatrice del Gruppo STEA.

Come molte realtà del Veneto, la nostra azienda nasce nel 1966 dal desiderio di realizzazione imprenditoriale di due dipendenti di un magazzino edile e nel 1989 la società assume l'attuale configurazione. Per rispondere alla crescita avuta negli ultimi anni l'azienda nel novembre 2001 si trasferisce nella nuova sede in via Lungo Gogna n. 45 a Schio, dove, grazie alla aumentata superficie sia coperta che scoperta del magazzino ed alla nuova sala mostra, riesce a rispondere al meglio alle necessità delle varie tipologie di clientela (imprese, progettisti e privati), grazie al costante impegno di Severino Sartore, dei due figli maggiori e dei due collaboratori.
Sensibile alle tematiche del costruire e dell'abitare sano, già nel 1995 Carlo Sartore frequentò il corso di architettura bioecologica organizzato dall'ANAB e negli anni seguenti innumerevoli seminari ed incontri sul tema. Ciò ci permette oggi di offrire una vasta gamma di prodotti bioecocompatibili, e una consulenza professionale a 360 gradi: dalla fase di valutazione del terreno, al progetto, alla finitura ed arredamento d'interni, anche in collaborazione con tecnici ed artigiani specializzati in questo settore.
Non da meno, grazie alla nuova sala mostra, è stato dato impulso al settore dei caminetti e delle stufe, affiancando al marchio Edilkamin prodotti di rilevanza europea, dalle finestre per tetti Velux all'intera produzione SCRIGNO e Unique by SCRIGNO, nonché ad altri articoli per la finitura di interni.
Consci delle sfide che il mercato porrà nei prossimi anni, abbiamo creduto da subito al progetto Stea, in quanto, al di là dei vantaggi negli acquisti, il gruppo permette di potersi confrontare con altre rivendite, di condividere i dubbi e le aspettative e di unire le forze per crescere nella professionalità, nel servizio e quindi nella soddisfazione globale del cliente, che poi è la grossa sfida da affrontare in un mercato dove la concorrenza è sempre più aggressiva ed i clienti sempre più esigenti. In tal senso particolarmente interessanti sono state le iniziative intraprese dalla STEA in collaborazione con i fornitori e dedicate all'illustrazione di prodotti. Ciò ha consentito sia di poter migliorare e rendere più efficace la nostra azione di distribuzione dei prodotti, che di elevare il nostro livello di conoscenza tecnica.

Vista della sala mostra

Tali iniziative consentono di far crescere il punto vendita e nello stesso tempo di presentarsi, nei confronti del cliente, come punto di riferimento tecnico-commerciale per l'approvvigionamento dei materiali edili.
Sono convinto che sia questa la strada da seguire per poter cambiare e rendere più proficui i nostri rapporti sia con i fornitori che con i nostri clienti.

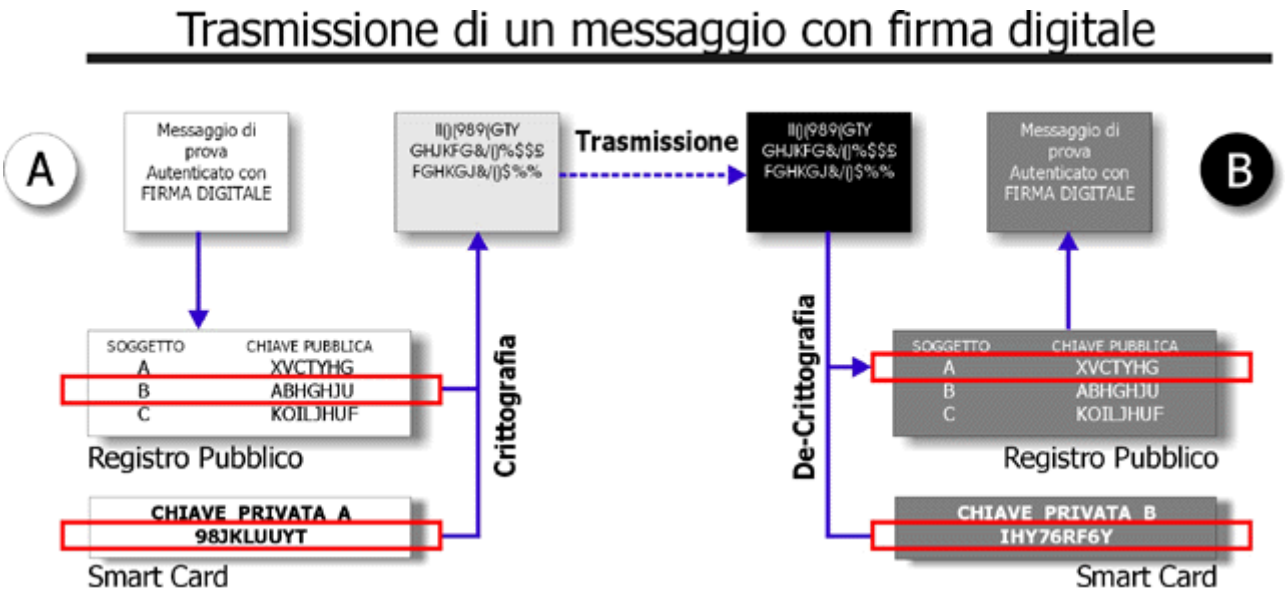
Vista del punto vendita di Schio

LA FIRMA DIGITALE

L'evoluzione della new economy percorre necessariamente il processo di sviluppo degli strumenti informatici. La nascita di nuovi linguaggi di programmazione specifici per la creazione di siti Internet dinamici ha permesso di creare dei negozi virtuali per il commercio al dettaglio (B2C Business to Consumer) e tra aziende (B2B Business to Business).

Il sito ufficiale dell'A.I.P.A (Autorità per l'informatica nella Pubblica Amministrazione) disponibile all'indirizzo http://www.aipa.it. Oltre alle normative vigenti, è disponibile l'elenco dei certificatori italiani autorizzati alla distribuzione dei certificati per la firma elettronica.

Una delle problematiche che può indurre una certa diffidenza nei confronti del commercio elettronico, risiede nella sicurezza delle transazioni commerciali. L'anello debole dell'e-commerce, infatti, è individuabile nell'utilizzo di dati personali (per esempio codici di carta di credito) senza un livello di sicurezza assoluto o perlomeno altamente affidabile. Fino ad ora gli strumenti informatici non avevano prodotto un sistema di crittografia sicuro al 100% e, soprattutto, non era stato possibile definire uno standard comune che riguardasse il commercio in genere.
La soluzione definitiva è arrivata il 19 Gennaio 2000, data della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee (Guce), della direttiva europea, approvata il 30 novembre 1999 dal Consiglio "Telecomunicazioni", che stabilisce l'istituzione di una serie di procedure comuni per l'utilizzo della firma digitale. L'idea in sé è piuttosto semplice e consiste nell'inserire all'interno di un qualsiasi documento informatico, un contrassegno che identifichi in maniera univoca ed assoluta la persona che ha prodotto il documento stesso. La filosofia alla base del meccanismo è la stessa che regola la validazione dei contratti cartacei: la firma apposta in calce ad un documento esprime, sino a prova contraria, il consenso dell'autore sul contenuto dell'atto sottoscritto e serve ad attribuire con certezza la paternità dello stesso al suo autore. L'autenticità della firma apposta in calce ad un documento viene verificata attraverso il confronto con un'altra firma dello stesso autore, depositata in genere su un documento certificato da un'autorità (Carta d'identità, Patente, ecc.).
Nel caso dei documenti elettronici, per attribuirne con certezza la paternità, si utilizzano gli strumenti della moderna crittografia, ed in particolare viene applicata la metodologia della doppia chiave.
L'utilizzo coordinato di questa coppia di chiavi consente di identificare con certezza l'autore di un documento, firmandolo digitalmente.
Vediamo ora in pratica come funziona la procedura necessaria all'implementazione della firma elettronica.



Il primo passo consiste nel reperire un certificato di autenticazione, un documento che lega il soggetto richiedente ad una coppia di chiavi, una pubblica ed una privata. Per ottenere il certificato occorre effettuare una sottoscrizione ad una Certification Authority legalmente riconosciuta. Le CA sono enti pubblici o privati che svolgono la funzione di identificare il titolare della coppia di chiavi, rilasciare il certificato con i dati del soggetto e la sua chiave pubblica, e pubblicare lo stesso certificato in rete con un accesso on-line attivo e consultabile continuamente. La chiave disponibile in Rete rappresenta "l'elenco del telefono" della firma digitale, una raccolta di tutti i soggetti dotati di firma elettronica, con relativa chiave di identificazione pubblica.
Il sistema di autenticazione infatti, utilizza una infrastruttura basata su crittografia a doppia chiave, in cui una delle due chiavi viene resa pubblica all'interno del certificato, mentre la seconda, univocamente correlata con la prima, rimane segreta e associata al titolare.

I certificati vengono distribuiti su smart card, delle schede rimovibili collegabili al pc, che consentono un livello di protezione elevato grazie ad un codice PIN riservato che ne controlla l'accesso. È molto importante non conservare la coppia di chiavi nell'hard disk del proprio computer, per ovvii motivi di sicurezza.
Una volta acquisito il certificato di autenticazione è possibile apporre la propria firma digitale su qualunque tipo di documentazione elettronica utilizzando il software specifico fornito dalla Certification Authority.
È possibile, ad esempio, firmare digitalmente una e-mail contenente informazioni riservate, ottenendo una serie di vantaggi prima d'ora irrealizzabili.
Dopo aver scritto il testo della e-mail, il software di firma ne ricava l'impronta, ed applicando la chiave privata del mittente ottiene la firma digitale (che non è altro che la cifratura dell'impronta) ed invia il tutto in un formato standard di crittografia (PKCS#7).
I sistemi di posta elettronica maggiormente diffusi (es. Outlook di Microsoft) sono già predisposti per la verifica della firma digitale: il procedimento corretto consiste nel calcolare l'impronta del testo dell'e-mail che viene trasmessa in formato crittografato e confrontarla con l'impronta calcolata applicando la chiave pubblica del mittente (e cioè decifrando la firma digitale). Se le due parti così ottenute coincidono, significa che il messaggio non è stato in alcun modo compromesso.
Questo procedimento garantisce dunque la paternità (solo chi è in possesso della chiave privata associata alla chiave pubblica del certificato può effettivamente avere scritto il testo) e l'integrità (nessuno può averlo modificato). Con questa procedura tuttavia, non è possibile essere completamente sicuri che la coppia di chiavi, e la relativa certificazione, siano effettivamente associati alla persona che dice di essere con quel certificato. Questa sicurezza viene fornita però dalla Certification Authority, che si fa garante dell'identità del soggetto tramite il suo certificato.

Marco Scarpa

LEGGE FINANZIARIA PER IL 2002

Continua la collaborazione con lo studio di consulenza tributaria, aziendale, societaria e legale nazionale ed internazionale Acerbi & Associati - Via Napoli, 66 - 36100 Vicenza - Tel. 0444 322866 - 0444 322705 - Fax 0444 545075 - info@studioacerbi.com - www.studioacerbi.com

Tabella 1: lavori iniziati nel 2000, proseguiti nel 2001 e nel 2002	
Spese sostenute nel 2000	**36.151,98 €**
Spese sostenute nel 2001	**25.822,84 €**
Spesa massima ammessa a fruire della detrazione nel 2002	**15.493,71 €**
Totale massimo agevolabile di euro:	**77.468,53 €**

Tabella 2: lavori iniziati nel 2000, proseguiti nel 2001 e nel 2002	
Spese sostenute nel 2000	**46.481,12 €**
Spese sostenute nel 2001	**41.316,55 €**
Spesa massima ammessa a fruire della detrazione nel 2002	**0,00 €**

Tabella 3: lavori iniziati nel 2002	
Spesa massima ammessa a fruire della detrazione nel 2002	**77.468,53 €**

LA LEGGE FINANZIARIA PER IL 2002: PROROGA E MODIFICA DELLA DETRAZIONE I.R.PE.F. 36% E PROROGA DELL'I.V.A. AL 10% SUGLI INTERVENTI DI RECUPERO

Ristrutturazioni edilizie
L'art. 9 comma 1 della L. 28 dicembre 2001 n. 448 - Finanziaria 2002 - dispone la proroga sino al **31 dicembre 2002** della detrazione del 36% per spese sostenute per gli interventi di recupero del patrimonio edilizio esistente.
Oltre alla proroga dell'agevolazione, per la cui fruizione si seguono le regole stabilite per gli anni precedenti eccetto che per quanto riguarda l'invio della comunicazione, come meglio oltre, la Finanziaria introduce due importanti novità a decorrere dal 2002:

- la detrazione del 36% delle spese sostenute e rimaste a carico del contribuente è da ripartire in **10 quote** annuali di pari importo, restando quindi preclusa la possibilità, consentita fino al 2001, di scegliere una ripartizione quinquennale dell'ammontare detraibile;
- per i lavori realizzati nel 2002 che consistono in **prosecuzione** di interventi iniziati in data anteriore al 1 gennaio 2002, ai fini della determinazione dell'importo massimo delle spese ammesse a fruire della detrazione, che è pari a euro 77.468,53 (lire 150 milioni), occorre tenere conto anche delle spese sostenute negli anni precedenti. Ciò significa che le spese sostenute nel 2002 per lavori iniziati precedentemente danno diritto alla detrazione solo se gli ammontari delle detrazioni fruite negli anni precedenti non abbiano superato il limite di euro 77.468,53.
- per i lavori realizzati nel 2002 e che non costituiscono prosecuzione di interventi iniziati in anni precedenti, il limite annuo di spesa di euro 77.468,53 non subisce limitazioni (vedi tabella 1, 2 e 3).

Per quanto riguarda l'invio della comunicazione al Centro di Servizio, come comunicato dall'Agenzia delle Entrate, in attesa dell'emanazione di apposita circolare, tutte le comunicazioni dei contribuenti che danno inizio ai lavori di ristrutturazione agevolata, qualunque sia la loro residenza,
devono essere ora inviate al Centro operativo di Pescara - Via Rio Sparto 21, CAP 65100.
In ogni caso l'Agenzia ha assicurato che tutti gli atti e le comunicazioni inviati per errore ai Centri di servizio, ora soppressi, verranno smistati automaticamente agli uffici competenti dell'Agenzia stessa, senza alcuna conseguenza negativa per i contribuenti.

Aliquota agevolata sugli interventi di recupero edilizio
L'art. 9 comma 3 della L. n. 448/2001 proroga fino al **31 dicembre 2002** l'applicazione dell'I.V.A. nella misura del 10% (aliquota agevolata introdotta dall'art. 7 comma 1 della Legge n. 488 del 23 dicembre 1999) per prestazioni relative alla realizzazione, su fabbricati a prevalente destinazione abitativa privata, degli interventi di recupero di cui alle lettere a), b), c), d) dell'art. 31 della L. 5 agosto 1978 n. 457. Si tratta degli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria, di restauro e risanamento conservativo e di ristrutturazione edilizia.
Poiché la norma fa salve le disposizioni più favorevoli già previste in materia di I.V.A. (I.V.A. 10% per i contratti di appalto aventi ad oggetto interventi di restauro e risanamento conservativo e ristrutturazione edilizia di cui alle lett. c) e d) dell'art. 31 della L. n. 457/1978) la portata innovativa della norma riguarda in sostanza gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria effettuati su immobili a prevalente destinazione abitativa.

L'agevolazione riguarda la prestazione di servizi complessivamente intesa, per cui si estende anche alle forniture delle materie prime e semilavorate e degli altri beni necessari per i lavori, a condizione che tali beni non costituiscano una parte significativa del valore delle cessioni effettuate nell'ambito dell'intervento. Per i beni che costituiscono una parte significativa del valore suddetto, l'aliquota ridotta si applica solo fino a concorrenza della differenza tra il valore complessivo dell'intervento di recupero e quello dei medesimi beni.
Nell'ipotesi in cui siano utilizzati, nel quadro dell'intervento, "beni di valore significativo" individuati peraltro da apposito decreto ministeriale, il contribuente deve indicare in fattura il corrispettivo del servizio al netto del valore dei detti beni, ed inoltre, distintamente, la parte del valore dei beni stessi cui è applicabile l'aliquota ridotta e l'eventuale parte soggetta all'aliquota del 20%.
L'elenco dei beni "significativi" da scorporare in fattura individuati dal D.M. 29 dicembre 1999 è il seguente:

- ascensori e montacarichi;
- infissi interni ed esterni;
- caldaie;
- videocitofoni;
- apparecchiature di condizionamento e riciclo dell'aria;
- sanitari e rubinetteria da bagno;
- impianti di sicurezza.

Per alcune esemplificazioni relative all'applicazione dell'agevolazione in questione si può consultare la circolare n. 1 del 2000 nella sezione "Iscritti" del sito www.fiscoeimpresa.com.

L.R. Veneto N. 21/1996

Il progettista si trova spesso nella scomoda condizione di dover conciliare e "mediare" tra esigenze diametralmente opposte, legate all'applicazione dei regolamenti edilizi da un lato e dal rispetto delle normative in tema di risparmio energetico dall'altro.
La pratica applicazione di tali regolamenti pone di fatto il progettista di fronte a due esigenze tra loro contrastanti e più precisamente:

- la necessità di sfruttare al massimo la potenzialità edificatoria del lotto a disposizione (e quindi trasformare nel modo più efficiente possibile il volume lordo fabbricabile in volume utile abitabile);
- l'impossibilità di scendere al di sotto di certi valori minimi di spessore per le strutture sia orizzontali che verticali che egli reputa indispensabili per il raggiungimento di una buona qualità dell'opera.

Dove prevale la logica di massimizzare l'utile commerciale il rischio è quello di trovarsi con edifici costruiti "al risparmio" in termini di spessori e di materiali utilizzati con tutte le conseguenze che questo provoca ai fruitori degli ambienti abitativi (scarso isolamento termico e acustico, formazione di muffe, umidità, ecc.).
Negli ultimi anni alcune regioni hanno tuttavia adottato dei provvedimenti che dovrebbero agevolare il progettista nel suo lavoro, consentendo di adottare strutture di maggior spessore senza penalizzazioni dal punto di vista del volume costruibile e senza perdita di superfici commerciali degli alloggi.
Sulla scia di questo importante evento anche la Regione Veneto (anno 1996) ha emanato una legge analoga, su cui ci soffermeremo e di cui riportiamo di seguito il testo.

LEGGE REGIONALE 30 Luglio 1996, n. 21

Nuove modalità di calcolo delle volumetrie edilizie, dei rapporti di copertura, delle altezze e delle distanze limitatamente ai casi di aumento degli spessori dei tamponamenti perimetrali ed orizzontali, per il perseguimento di maggiori livelli di coibentazione termo acustica o di inerzia termica.

IL CONSIGLIO REGIONALE
ha approvato
IL COMMISSARIO DEL GOVERNO
ha apposto il visto
IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE
Promulga la seguente legge regionale:

Art. 1 - Finalità

1. La presente legge detta disposizioni per agevolare l'attuazione delle norme sul risparmio energetico e per migliorare la qualità degli edifici.
2. Essa si applica:
a) alle nuove costruzioni;
b) agli interventi edilizi di qualsiasi tipo sulle costruzioni esistenti, comprese le manutenzioni straordinarie ed escluse quelle ordinarie.
3. Le disposizioni di cui alla presente legge prevalgono sui regolamenti e sulle altre norme comunali.

Art. 2 - Modalità di calcolo

1. *I tamponamenti perimetrali e i muri perimetrali portanti, nonché i tamponamenti orizzontali ed i solai delle nuove costruzioni di qualsiasi genere soggetti alle norme sul risparmio energetico e, indistintamente, di tutti gli edifici residenziali che comportino spessori complessivi sia per gli elementi strutturali che sovrastrutturali superiori a centimetri trenta (cm 30), non sono considerati nei computi per la determinazione dei volumi e nei rapporti di copertura, per la sola parte eccedente i centimetri trenta (cm 30) e fino ad un massimo di ulteriori centimetri venticinque (cm 25) per gli elementi verticali e di copertura e di centimetri quindici (cm 15) per quelli orizzontali intermedi, se il maggior spessore contribuisce al miglioramento dei livelli di coibentazione termica, acustica o di inerzia termica.*

2. *Le disposizioni di cui al comma 1 valgono anche per le altezze massime, per le distanze dai confini, fra gli edifici e dalle strade fermo restando le prescrizioni minime dettate dalla legislazione statale.*

3. *Le disposizioni di cui ai commi 1 e 2 si applicano, con gli stessi scopi e limiti quantitativi, anche agli edifici già costruiti, in relazione ai soli spessori da aggiungere a quelli esistenti, compatibilmente con la salvaguardia di facciate, murature ed altri elementi costruttivi e decorativi di pregio storico ed artistico, nonché con la necessità estetica di garantire gli allineamenti o le conformazioni diverse, orizzontali, verticali e delle falde dei tetti che caratterizzano le cortine di edifici urbani e dei cascinali di antica formazione.*

4. *I proprietari e gli altri soggetti aventi titolo alla presentazione di istanze per il rilascio di autorizzazione o concessione edilizia o comunque aventi facoltà, nelle altre forme consentite, di eseguire lavori interni ed esterni sugli edifici costruiti o modificati avvalendosi delle disposizioni della presente legge, non possono effettuare riduzioni degli spessori complessivi indicati nei commi precedenti, salvo l'applicazione integrale delle norme sul computo dei volumi e dei rapporti di copertura e nel rispetto dei limiti massimi dettati da tali norme.*

5. *Alle istanze per il rilascio dei provvedimenti autorizzativi e delle concessioni edilizie di coloro che intendono avvalersi della presente legge deve essere allegata apposita relazione tecnica, corredata da calcoli e grafici dimostrativi completi consistenti in sezioni complessive dell'edificio e particolari costruttivi, in scala adeguata, che costituisce parte integrante del progetto.*

La presente legge sarà pubblicata nel Bollettino ufficiale della Regione veneta. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione veneta.

Venezia, 30 luglio 1996
Galan

(Pubblicata nel Bollettino ufficiale della Regione del Veneto 2-8-1996, N. 70)

ALCUNI COMMENTI

Di fronte al pessimo risultato fornito da alcune tecnologie costruttive basate essenzialmente sulla riduzione degli spessori delle strutture (si pensi ad esempio alla tecnologia a pannelli portanti in calcestruzzo con spessore di parete pari a 15-17 cm) non serve ricorrere a complessi sistemi per il controllo e la certificazione della qualità!

Più semplicemente è sufficiente aumentare lo spessore delle strutture come si è sempre fatto nel passato. In tal senso risulta particolarmente interessante quanto indicato dall'art. 2.

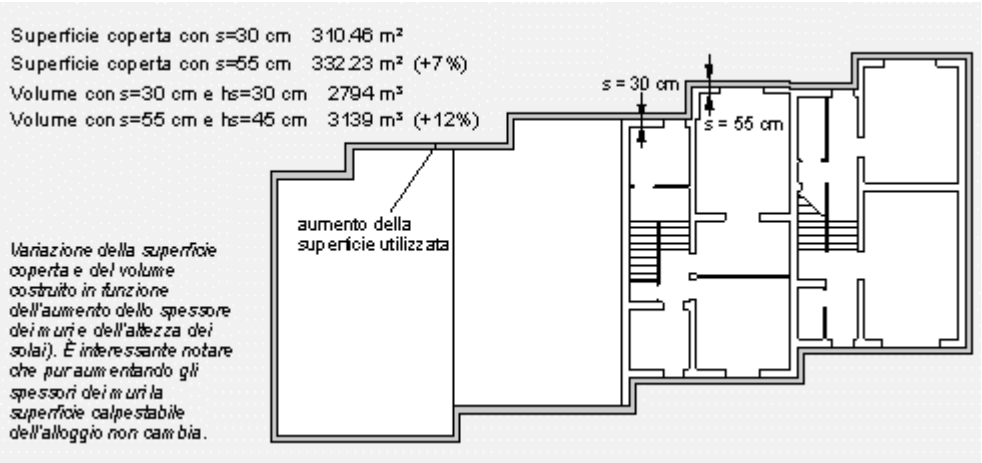
La legge regionale in esame consente di non computare nel calcolo del volume totale edificabile e della superficie coperta il maggior volume o la maggiore superficie derivante da un aumento di spessore dei muri perimetrali esterni eccedente i 30 cm e con un massimo di 25 cm. In poche parole uno stesso edificio costruito con muri perimetrali di spessore pari a 30, o a 40, o a 50 cm presenta lo stesso volume e lo stesso rapporto di copertura.

Lo stesso ragionamento vale per i solai di piano. In questo caso non va conteggiato l'aumento di volume dovuto ad una maggiorazione dello spessore dei solai eccedente i 30 cm e con un limite massimo di 15 cm. Volendo essere più chiari, lo stesso edificio avente per esempio n. 3 piani intermedi presenta lo stesso volume sia con solai di spessore pari a 30 cm che a 40 cm.

In figura è riportato un esempio di applicazione di quanto affermato.

L'edificio considerato (tipologia a schiera) presenta "originariamente" murature esterne di spessore pari a 30 cm ed un'area in pianta pari a 310,46 m². Supponendo inoltre che si sviluppi su tre piani e che lo spessore dei solai di piano e di copertura sia pari a 30 cm esso occuperà un volume lordo pari a 2794 m³. Con l'entrata in vigore della legge regionale, l'edificio in questione continuerà a presentare lo stesso valore di superficie coperta e volume lordo anche con murature esterne di spessore pari a 55 cm e solai di piano di spessore pari a 45 cm! La figura evidenzia inoltre il fatto che un aumento di 25 cm dello spessore delle murature esterne comporterebbe un aumento della superficie coperta pari al 7%. Se a tale aumento si aggiunge poi un incremento dello spessore dei solai di 15 cm il volume lordo aumenterebbe di circa il 12%.

Quanto ora descritto può essere applicato se il progettista (o l'estensore del progetto) "dimostra", con una relazione opportunamente stilata ed allegata al progetto, che gli aumenti di spessori previsti migliorano il livello di coibentazione termica, acustica o di inerzia termica dell'edificio. È forse superfluo affermare che non dovrebbe essere molto difficile farlo.



MARKETING O PUBBLICITA'?

Nell'articolo che segue abbiamo approfondito che cosa s'intenda con il termine "marketing", che troppo spesso viene utilizzato come sinonimo di pubblicità (e così non è), sottolineando in particolare l'importanza delle componenti organizzative, strategiche e, non da ultimo, la sinergia con il controllo strategico di gestione.
Il marketing infatti ha una tradizione di quasi cent'anni e attualmente, proprio per le maggiori opportunità in tema di flessibilità produttiva, è mutato da attività di mera comunicazione (pubblicità persuasiva) al ruolo di funzione strategica.

Marketing non è sinonimo di pubblicità.

Si sente spesso parlare di marketing come sinonimo di pubblicità o di capacità di persuadere il cliente. I docenti di marketing, ad una tale affermazione, reagiscono inorriditi e partono con l'enunciazione di definizioni che tutto hanno fuorché la capacità di spiegare in modo semplice perché non sia corretto affermare che marketing = pubblicità.
Scusandoci per l' "americanismo", ma consapevoli che i tentativi di italianizzare tutti i termini stranieri siano ormai stati superati, suggeriamo di riferirsi al significato del vocabolo: marketing = to market + ing. Ossia verbo "to market" significa "mettere qualcosa nel mercato", inteso come l'ambiente di incontro della domanda e offerta di merci, "-ing" gerundio, indicante qualcosa che è in corso.
In sintesi il marketing è l'attività che l'azienda fa - di continuo, non che ha fatto o che farà o che sta per fare, ma che fa sempre! - per combinarsi con le richieste del mercato.
Ma allora: tutto quello che fa l'azienda è marketing?
Beh, dipende.
Alle origini (primi del '900 negli USA, anni '50 in Italia) il marketing era una funzione aziendale che sopperiva il ruolo di filtro tra la complessità del mercato (i clienti esigenti che volevano varietà e variabilità, prezzi bassi, e magari idee sorprendenti) ed il sistema rigido della produzione (pensiamo al disappunto di un ingegnere quando gli si chiede di variare qualcosa ... parola d'ordine standardizzare, replicare, misurare). Allora il marketing doveva interpretare la volontà del cliente, possibilmente per un periodo il più possibile proiettato nel tempo, farsi capire dagli ingegneri che, nella tranquillità del loro ufficio, avrebbero impostato la produzione (si pensi alle catene di montaggio) e, in corrispondenza di una produzione tanto più stabile e regolare, gli stessi ingegneri avrebbero raggiunto l'obiettivo di minimizzare i costi di produzione.
La rivoluzione tecnologica e sociale (anni '70) ha permesso, da un lato, di offrire maggiore varietà e variabilità (tecnologie flessibili, robotica, ecc.) e, dall'altro, ha incrementato in modo esponenziale i desideri espressi dai clienti (ma pure la loro variabilità). Tali mutamenti hanno di fatto assegnato al marketing una nuova funzione: quella di creare una sorta di canale di comunicazione tra cliente e produzione all'interno del quale tarare le richieste relative al prodotto, alla distribuzione (=servizio), al prezzo. Il ruolo attivo del marketing in azienda è sia di fornire input alla produzione (o meglio al campo della R&S) per le ricerche su nuovi prodotti e materiali, sia di interfacciarsi con l'amministrazione per le stime sulle diverse strutture di costo per la predisposizione dei prezzi.
Il marketing pertanto continua a preoccuparsi di cosa vuole il cliente, ma soprattutto volge all'interazione con esso. La sintesi delle attività interessate dal marketing inquadra:

- ricerche di mercato e informazioni su clienti, mercato, ambiente;
- comunicazione nelle sue diverse forme;
- studio e sviluppo di prodotto;
- sviluppo della distribuzione;
- definizione del prezzo.

Infine, quale funzione aziendale strategica, il marketing si prepone al coordinamento delle funzioni di produzione, vendita, logistica e R&S per l'impostazione dei programmi di lungo periodo.
Sono note le 4 leve, riassunte nel "marketing mix", ovvero:

- il prodotto;
- la distribuzione;
- la comunicazione;
- il prezzo.

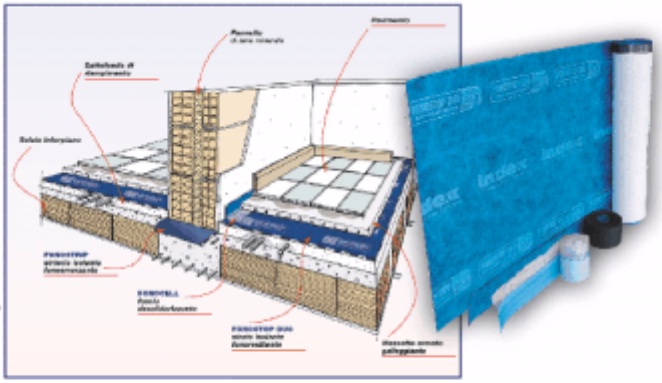
A sua volta la leva "comunicazione" si suddivide nelle diverse forme di:

- pubblicità;
- promozioni;
- sponsorizzazioni;
- pubbliche relazioni.

Ecco allora risposto al problema iniziale: la pubblicità, essendo una sottocategoria della comunicazione, a sua volta una delle leve del marketing, non può essere sinonimo di marketing. Per usare la terminologia degli insiemi, la pubblicità è un sottoinsieme del marketing.

...continua nel prossimo numero

index Construction Systems and Products



FONOSTOP DUO è l'isolante messo a punto da INDEX per la realizzazione dei pavimenti galleggianti. Un'isolante acustico dei rumori da calpestio costituito da una lamina con additivi fonoresilienti di 1,5 mm di spessore accoppiata ad un tessuto non tessuto elastico in fibra poliestere spesso 0,5 mm. L'isolante è prodotto in rotoli ed è munito di un'aletta di sormonto. **FONOSTRIP** è una striscia elastomerica fonosmorzante di 4 mm di spessore che, posta sotto le pareti divisorie, impedisce la trasmissione di urti e vibrazioni. **FONOCELL** è una striscia desolidarizzante di 5 mm dispessore di polietilene espanso che impedisce il contatto del massetto armato galleggiante con le murature in elevazione.

VANTAGGI

- OTTIMO ISOLAMENTO ACUSTICO A
- BASSO SPESSORE **(- 33,5 dB)**
- E' IMPERMEABILE ALL'ACQUA E AI SUONI
- E' ELASTICO E FLESSIBILE
- E' LEGGERO E RESISTENTE
- NON CONTIENE SOSTANZE NOCIVE
- E' RAPIDO DA POSARE
- NON E' PUTRESCIBILE

index Construction Systems and Products

Sistemi e prodotti avanzati per l'impermeabilizzazione, l'isolamento termico ed acustico, la bonifica delle coperture in cemento amianto, il risanamento di murature e calcestruzzo, la posa di pavimenti e rivestimenti

INDEX S.p.A.
37060 Castel d'Azzano (Verona) - via G. Rossini, 22
tel. 045.8546201 - fax 045.518390
internet: www.index-spa.com - e-mail: index@index-spa.it