

di **Giorgio Naccari**

L'impresa delle imprese LA BELLA STAGIONE

Sono specializzati in sistemi di climatizzazione «invisibili», nel rispetto del decoro dei centri storici. Tekno Point, azienda di Marcon (Venezia), oggi è leader del settore grazie a continui investimenti in ricerca e sviluppo (il 3,8% del fatturato), finalizzati alla progettazione di prodotti innovativi, come appunto i condizionatori senza motore esterno, che costituiscono il patrimonio distintivo dell'azienda.

È stato Fulvio Bolgan, nel 1992, a iniziare l'avventura imprenditoriale, esportando prodotti italiani all'estero fino al 2000, quando l'attuale presidente dell'azienda iniziò a puntare sui condizionatori, intuendo che la richiesta sarebbe aumentata e, soprattutto, che nei centri storici le limitazioni sull'utilizzo di motori esterni avrebbero portato a soluzioni di installazione diverse. «Siamo capaci di coniugare - spiega Bolgan, che oggi porta avanti l'azienda con il figlio Rocco - creatività, funzionalità e attenzione per la qualità della vita. Ne sono un esempio proprio i condizionatori senza motore esterno, in grado di integrarsi armoniosamente con il contesto architettonico e paesaggistico dei centri storici. Proponiamo un mix tra sviluppo innovativo di prodotti di qualità e una presenza diretta, a livello locale, in grado di assicurare assistenza tecnica di elevato livello e di garantire un servizio di pre e post vendita affidabile e tempestivo».

Tekno Point ha sviluppato



Fulvio Bolgan
Il motore esterno non c'è, sappiamo coniugare funzionalità e attenzione per la qualità del paesaggio

Tekno Point (Marcon)

Centri storici e comfort Sì al condizionatore purché sia «invisibile»

e realizzato anche uno speciale condizionatore per cantine che, immesso da pochissimo sul mercato, verrà rafforzato nei prossimi mesi. L'export dell'azienda veneziana oggi vale il 60% del fatturato, con una presenza in tutte le aree più ricche d'Europa. «Ora ci concentreremo sul mercato italiano - dice ancora Bolgan, - dove crediamo di avere tutti i numeri per ripetere il successo ottenuto all'estero. La mission dell'azienda è di perseguire una crescita sostenibile, attraverso la creazione di un circuito di professionisti nelle tecnologie del comfort che ci consenta di diventare un punto di riferimento nel mercato dei condizionatori senza motore esterno. L'installazione del condizionatore tradizionale nel centro storico presenta molti problemi legati all'impatto estetico e al rispetto dei vincoli architettonici e paesaggistici. I nostri condizionatori «invisibili» risolvono alla radice il problema dell'installazione di un antestetico motore esterno

sulla facciata o sul tetto. Quelli di ultima generazione vengono installati in vani secondari come soffitte, scantinati, garage, lavanderie o locali tecnici. A seconda delle esigenze, sono in grado di scambiare calore attraverso l'acqua o l'aria per raffreddare gli ambienti. Esistono, infatti, due tipi di condizionatori senza unità esterna, con sistema

aria-aria o con sistema acqua-aria».

Prodotto di punta è «Idea Eco» che, grazie alle sue dimensioni ridotte, può essere agevolmente piazzato in un qualsiasi punto dell'abitazione o di un locale commerciale, nascondendo completamente alla vista l'unità condensante.

Con 300 mila condizionatori venduti in Europa, 12 mila quelli «invisibili» piazzati in 23 Paesi diversi, 2.200 clienti, 140 centri di assistenza e 34 agenzie, Tekno Point ha chiuso il 2023 con un giro d'affari di 8 milioni di euro, +12% rispetto all'anno precedente e la previsione di un'ulteriore crescita in doppia cifra. In azienda stanno anche accarezzando l'idea di aprire dei negozi in franchising, progetto non facilissimo da realizzare, ma già oggi a Londra, Amsterdam e Parigi esistono clienti che, nei loro spazi commerciali, hanno ritenuto di vendere soltanto prodotti Tekno Point.

Chi sono

Ricavi, il 60% dall'estero

Tekno Point, specialista nella progettazione e produzione di condizionatori senza motore esterno, realizza il 60% dei suoi ricavi all'estero (nel 2023, 8 milioni di euro di fatturato, con un +12% sull'anno precedente). L'azienda ha anche lanciato da pochissimo un condizionatore per cantine.

Crema Outdoor (Montagnana)

Maxi, rotondi, quadrati La specialità della casa sono gli ombrelloni

Interpreta l'arredamento outdoor come la naturale estensione dello spazio interno. Con questo approccio nascono ombrelloni, gazebo e una vasta gamma di arredi a marchio Crema Outdoor, con infinite possibilità di personalizzazione. Si tratta soprattutto di maxi ombrelloni e ombrelloni per la spiaggia e la piscina, arredi creati per uso professionale, adatti all'impiego nel settore alberghiero e in quello residenziale di alta gamma per un mercato sempre più ampio, in particolare per la recessione della produzione cinese e perché l'ombrellone è diventato protagonista nei progetti dei designer, degli architetti, di chi cerca prodotto configurato, multipiabile per colori e misure fino ad arrivare a 2.500 esemplari standard.

Crema Outdoor, 5 milioni di euro di fatturato, che per una parte della produzione usa anche tessuti riciclati al 100% con il filo ricavato dalle bottiglie in Pet, ha aperto una

filiale a Montreal (Canada), in cui 13 agenti si occupano di tutto il mercato nordamericano, in massima parte statunitense. «Un mercato potenzialmente enorme - afferma Lorenzo Crema, amministratore dell'azienda di Montagnana (Padova) - che dobbiamo ancora comprendere del tutto. Gli americani amano le rifiniture, le cromature,

Chi sono

In attività
da fine '800

Crema Outdoor ha più di 130 anni di storia, essendo nata nel 1890 a Montagnana come bottega di ombrelli per la pioggia. Oggi è leader nella produzione di ombrelloni di design per uso professionale: 5 milioni di euro di fatturato, una trentina di dipendenti, ha da poco aperto una filiale a Montreal.

tutto ciò che è vistoso, diciamo un prodotto un po' appariscente. Per l'export guardiamo anche verso destinazioni diverse, compreso il Medio Oriente, meno ricettivo di quanto prevedessimo ma dove abbiamo contribuito all'arredo del più elegante hotel di Dubai. Anche se la partecipazione d'arredo più bella in assoluto l'abbiamo realizzata in due splendidi alberghi di Bali. Noi creiamo anche una linea di lettini e di arredo giardino ma sono gli ombrelloni il nostro core business: per la spiaggia e la piscina, per attività professionali, bar e ristorazione, quadrati, rettangolari o rotondi, dai 3x2 metri ai 4x4. Quando si sceglie un ombrellone, sono molti gli aspetti da prendere in considerazione: bisogna valutare la misura e la forma più adatta in base allo spazio disponibile, decidere se optare per ombrellone a braccio laterale o palo centrale. Inoltre, una delle caratteristiche più importanti è il materiale con cui l'ombrellone

viene realizzato, poiché da questo dipendono molti fattori come il tipo di manutenzione, la resistenza e l'estetica del prodotto».

L'ombrellone in alluminio è quello che si distingue per leggerezza, stabilità, resistenza alla corrosione ed eleganza, per non parlare della ridottissima manutenzione. Un ombrellone in alluminio necessita soltanto di una regolare pulizia e di riparo durante le stagioni fredde. Oggi Crema Outdoor punta molto sulla linea Arborea, ispirata alla natura: «Una linea nata dal desiderio di dare una nuova interpretazione dell'ombrellone e dell'arredamento outdoor - conclude l'imprenditore padovano -, capace di dialogare con la natura che lo circonda. La voglia di vivere nel verde e all'aria aperta è la nuova tendenza che ricerca tutto il comfort e il design tipici dell'indoor. Nasce così l'esigenza di arredare e trasformare il proprio spazio esterno con soluzioni funzionali ed estetiche che si lasciano contaminare dagli spazi interni. La natura è la vera protagonista della collezione Arborea, attraverso la scelta di linee morbide, tonalità calde, finiture ruvide e tessuti sostenibili dai colori polverosi».

Crema Outdoor continuerà a puntare sull'export, oggi al 20% negli Usa e a quasi al 30% in Francia. Un'azienda in salute, che ha iniziato la sua lunga attività nel lontanissimo 1890 a Montagnana, partendo come piccola bottega di ombrelli per la pioggia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lorenzo Crema
Abbiamo una filiale in Nord America, un mercato potenzialmente enorme che ama le cose vistose

Viessmann Italia (Pescantina)

Rinfrescare gli ambienti grazie al fotovoltaico: «Efficienza e risparmi»

È uno dei fornitori leader nel mondo di soluzioni efficienti e sostenibili per il riscaldamento, la climatizzazione e il fotovoltaico. Viessmann Italia è attiva, sul nostro territorio, dal 1992 e conta varie filiali e agenzie di vendita dislocate in tutto il Paese; il quartier generale per l'Italia è basato a Balconi di Pescantina, in provincia di Verona.

In previsione di un'altra estate torrida, Viessmann ha in catalogo una gamma completa di climatizzatori, anche alimentati da energia rinnovabile prodotta con il fotovoltaico e quindi con un forte risparmio energetico per gli utilizzatori. Un'installazione che l'azienda, fondata nel lontano 1917, raccomanda vivamente.

«Combattere il caldo spendendo poco o nulla - dice Stefano Dallabona, amministratore delegato di Viessmann Italia - credo sia quanto di meglio si possa desiderare. La disponibilità di

sistemi efficienti per lo sfruttamento delle fonti di energia rinnovabile sta aumentando l'interesse degli utenti a produrre autonomamente l'energia elettrica per autoconsumo. Un valido impianto fotovoltaico consente di avere sempre a disposizione l'elettricità necessaria per le proprie utenze, contribuendo a rendere gli edifici sem-

Chi sono

Il fatturato è raddoppiato

Viessmann Italia, basata nel Veronese dal 1992, è uno dei maggiori fornitori di soluzioni efficienti e sostenibili di climatizzazione, riscaldamento e fotovoltaico. Nel 2023 ha sviluppato 350 milioni di euro di fatturato, contro 175 del 2021 (nel 2022 ha raggiunto i 390 grazie al Superbonus).

pre più autosufficienti dal punto di vista energetico e di ridurre le emissioni inquinanti. Oltre a ciò, l'installazione di un impianto fotovoltaico consente di aumentare il valore commerciale del proprio immobile».

Viessmann propone impianti completi, costituiti da moduli fotovoltaici, inverter e sistemi di accumulo dell'energia elettrica prodotta in eccedenza. L'elevato standard qualitativo dei vari componenti, progettati per dialogare tra loro, assicura la massima efficienza e longevità dell'impianto.

L'abbinamento dell'impianto fotovoltaico Vitocal, consente poi di sfruttare al massimo le fonti rinnovabili anche per la climatizzazione, sia estiva che invernale, nonché per la produzione di acqua calda sanitaria.

«Investiamo nello sviluppo di soluzioni innovative - dice ancora Dallabona - contribuendo a ridurre i consumi di energia degli edifici. La vendita e l'installazione del

”



Stefano Dallabona
Combattere il caldo spendendo poco o nulla per l'energia è quanto di meglio si possa desiderare

nostro prodotto avvengono esclusivamente tramite operatori qualificati, garantendo così l'affidabilità e la reale efficienza degli impianti. Sono due cardini che caratterizzano la nostra proposta e consentono di realizzare la nostra mission: creare spazi abitativi per le generazioni di domani. I prezzi degli impianti si sono ridotti rispetto agli anni scorsi, gli spazi sui tetti condominiali sono spesso piuttosto ampi e, soprattutto, così si partecipa alla riduzione delle emissioni di CO2. Visto il costante aumento delle temperature estive, tutto fa pensare che i condizionatori saranno sempre più importanti. Chi ci sceglie sa anche che supportiamo tutti con un servizio di assistenza altamente competente

I 350 milioni di euro di fatturato 2023 di Viessmann Italia - in calo di una cinquantina per il cessato effetto del Superbonus - rappresentano una cifra considerevole, se si tiene conto che nel 2021 i ricavi erano a 175 milioni. Se depuriamo i conti dal Superbonus, l'azienda ha quasi raddoppiato i ricavi nell'arco di due anni.

Una crescita che si spiega con l'alto livello qualitativo raggiunto e con una gamma completa di prodotti, sostenuti dalle tecnologie più innovative per tutte le fonti di energia e per tutte le tipologie applicative, dagli edifici ad uso abitativo alle attività commerciali, dall'industria agli impianti di teleriscaldamento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Di recente ha immesso nel mercato una piccola produzione di deumidificatori da parete, per chi in casa spazi ridotti a terra: il modello si chiama WMDs, è profondo soltanto 217 millimetri, estrae fino a 25 litri d'acqua al giorno e utilizza un refrigerante naturale. Ha ottenuto un tale successo da richiedere un immediato aumento della produzione, mentre si sta progettando una macchina, in questo caso ovviamente per ambienti industriali, che possa estrarre fino a 250 litri d'acqua.

Alla Cuoghi, azienda di Albignasego (Padova) specializzata nella realizzazione di umidificatori e deumidificatori, si respira una forte volontà di allargare gli orizzonti e trovare nuovi sbocchi nell'export, rinforzando, per esempio, il Nord e Sud America, due mercati potenzialmente enormi, in particolare nell'umidificazione, anche se difficili da penetrare.

«Abbiamo investito molto in tecnologie - spiega GianDomenico Cuoghi, socio e direttore commerciale dell'azienda di famiglia - e quindi guardiamo al futuro con l'idea di ampliare e innovare la gamma dei nostri deumidificatori, importantissimi nella stagione estiva. Abbiamo in catalogo apparecchi adatti per abitazioni e uffici, che vengono utilizzati sia in ambienti privati che in magazzini, archivi, caveau, seminterati e cantine, spesso in edifici storici. Nel periodo estivo il problema dell'umidità si fa particolarmente sentire in



GianDomenico Cuoghi
Un deumidificatore dedicato mantiene asciutti i locali assicurando il benessere di beni e persone

Cuoghi (Albignasego)

In camera o in ufficio il «nemico» si combatte con il deumidificatore

questi ultimi ambienti, poiché solitamente sono più freschi rispetto all'esterno. La capacità dell'aria di trattenere acqua è proporzionale alla sua temperatura: lo stesso volume di aria a temperature più alte trattiene più acqua. Perciò, quando l'aria calda esterna entra in questi ambienti più freschi, aumenta il suo valore di umidità relativa tendendo a espellere l'acqua contenuta in eccesso: si può arrivare così a processi di condensazione sulle pareti, sul pavimento o, peggio, sui beni presenti nell'ambiente. Un deumidificatore dedicato - dice ancora Cuoghi - risolve questo problema, mantenendo i locali asciutti e a un livello di umidità adatto sia al benessere delle persone sia a quello dei beni. Serve perciò un apparecchio affidabile, capace di lavorare a lungo termine e con consumi energetici accettabili, oltre ad avere una buona estetica e praticità di utilizzo».

Alla Cuoghi insisteranno sul modello WMDs, partico-

lamente adatto dove è richiesta una grande capacità di deumidificazione con un minimo ingombro.

Nata nel 1973, come ditta individuale creata da Luigi Cuoghi, l'azienda padovana dapprima era attiva nella rappresentanza di componenti per impianti industriali, per poi passare alla produzione di umidificatori centrifughi e

poi climatizzatori per fungaie. Nel 1978 ha iniziato a realizzare umidificatori e deumidificatori d'aria, arrivando a fornire le proprie macchine anche a importanti gruppi multinazionali. Oggi realizza 2 milioni di euro di fatturato, con previsioni di crescita per il 2024 del 5-7%.

«Non tutti sanno - conclude Cuoghi - che un buon deumidificatore può essere utilissimo in casa per l'asciugatura dei vestiti dopo il lavaggio. Il processo di asciugatura, infatti, è totalmente naturale, veloce e senza controindicazioni per qualsiasi tipo di tessuto. Un carico da 6 kg di una lavatrice si può asciugare perfettamente, con notevole risparmio energetico rispetto ad altri elettrodomestici, come per esempio le asciugatrici elettriche. Inoltre, preserva da inconvenienti sgradevoli che possono accadere lasciando asciugare gli abiti all'esterno, come sporizia portata dall'aria, smog o cattivi odori».

Chi sono

Nuovi modelli a parete

Cuoghi - 50 anni di attività, 2 milioni di fatturato - produce umidificatori e deumidificatori. Ha da poco lanciato un apparecchio deumidificante profondo soltanto 217 mm che estrae fino a 25 litri d'acqua, adatto a tutti gli ambienti, applicabile a parete e di minimo ingombro.

I casi

1



Quelli «senza motore»

Nel panorama dei produttori di condizionatori per l'aria, la veneziana Tekno Point si è specializzata in quelli senza motore esterno

2



La casa degli ombrelloni

Crema Outdoor, basata a Montagnana (Padova), è nata nel lontano 1890 come bottega di ombrelli parapioggia

3



Fresco «rinnovabile»

Viessmann Italia, basata a Pescantina, ha sviluppato impianti di condizionamento alimentati con il fotovoltaico

4



Un'estate più «asciutta»

La padovana Cuoghi, 50 anni di attività, è specialista negli apparecchi per umidificare e deumidificare