

RETAIL & SERVIZI

- ★ **80%:** il peso che il condizionamento può raggiungere sui consumi dell'edificio
- ★ **63%:** la quota dei consumi energetici degli edifici ancora legata a fonti fossili
- ★ **70 milioni:** le tonnellate di CO2 evitate tra 2020 e 2023 grazie al rinnovo degli impianti
- ★ **50 miliardi:** gli euro risparmiati in bolletta in 3 anni con tecnologie più efficienti
- ★ Più riscaldamento che raffrescamento: il divario ancora presente nella cultura tecnologica

Fonte: dati Thea Ambrosetti ed elaborazione autore

Condizionamento aria: il comfort diventa una questione energetica

Samsung, Lg e **2G** mostrano come il settore stia rispondendo con nuove pompe di calore, sistemi più evoluti e una crescente integrazione tra dati, monitoraggio e gestione degli impianti

Loris Frezzato

Supermercati, ipermercati e punti di vendita, soprattutto quelli di grandi dimensioni, pongono esigenze di climatizzazione molto specifiche rispetto ad altri ambiti come uffici, strutture produttive o residenze. Si tratta però anche di attività che si svolgono in edifici, e quindi il tema va collocato dentro un cambiamento più ampio che coinvolge consumi, sostenibilità e gestione delle prestazioni energetiche. La specificità di questi ambienti sta nel fatto che devono mantenere condizioni interne gradevoli e stabili, a norma per chi ci lavora e confortevoli per chi li

frequenta, pur convivendo con ingressi continui, carichi termici elevati, attrezzature energivore e una pressione crescente sul fronte dei costi. Nel retail e nella gdo, quindi, il raffrescamento incide insieme sui costi operativi, sulla qualità dell'esperienza d'acquisto e, in una certa misura, anche sulla vivibilità sociale degli spazi. Aspetti questi che emersi anche nel convegno di apertura di Mce, la biennale Mostra Convegno Expocomfort di Milano, dove il tema è stato inserito in un quadro che comprende certamente le tecnologie, ma inserite in contesti di building, presta-

RETAIL & SERVIZI

zioni energetiche e modelli di gestione. “Il comparto edilizio è responsabile di una parte importantissima dei consumi energetici e rappresenta anche una delle principali fonti di emissioni -ha esordito **Marco Nocivelli**, vicepresidente di Confindustria-, un dato che colloca gli edifici davanti ai trasporti e all’industria e che rende inevitabile riportare anche il raffrescamento dentro una riflessione più ampia, legata alle prestazioni energetiche, alla qualità degli spazi e ai modelli di gestione. **Quando cominciamo a vedere l’energia che sale, ci ricordiamo che la cosa migliore per non spendere energia è risparmiarla.** Da qui cresce l’attenzione verso il rinnovo degli impianti, le tecnologie più efficienti e gli strumenti che accompagnano la riqualificazione energetica”. Nell’ambito commerciale questo significa che il condizionamento smette di essere una voce tecnica separata e diventa parte della strategia di gestione del punto di vendita. Il tema riguarda anche il valore degli investimenti. La riqualificazione impiantistica tiene insieme dimensione ambientale, economica e industriale e coinvolge direttamente il modo in cui viene regolato il comfort nei negozi, “Il 63% dei consumi degli edifici dipende da fonti fossili e, nel solo settore residenziale, i consumi associati agli impianti Hvacr arrivano all’80% dei consumi degli edifici -ha aggiunto **Lorenzo Tavazzi** di Teha-Ambrosetti- e questo rende evidente quanto la trasformazione degli edifici passi anche dalla capacità di intervenire sugli impianti, sulla loro efficienza e sulla loro integrazione con i nuovi modelli energetici”, un dato che nasce dal residenziale ma aiuta a inquadrare anche quanto accade nel commercio. “Abbiamo molta più storia tecnologica sul riscaldare gli ambienti che sul loro rinfrescamento il quale, invece, oggi sta aprendo un tema sociale, soprattutto nelle città, dove isole di calore e temperature estreme stanno renden-

do il problema sempre più urgente -è stato osservato da **Alessandro De Carli**, consigliere segretario dell’Ordine degli ingegneri della Provincia di Milano- e senza tecnologie adeguate si rischia di ricorrere a soluzioni poco efficienti”. Guardando al mercato della climatizzazione, grandi gruppi come Samsung e Lg, con attività che coprono svariati settori, propongono soluzioni appositamente pensate per le grandi superfici e con **caratteristiche adatte per i progetti indirizzati al retail e ai punti di vendita di grandi dimensioni**, mentre **2G**, azienda tedesca nota per gli impianti per la cogenerazione, amplia proprio ora la propria presenza in questo ambito con una nuova offerta di **pompe di calore**. Risposte sia di offerta sia strategiche che i tre player fanno muovere da prospettive diverse, ma che si ritrovano sulle direttrici comuni dell’efficienza ener-

getica, controllo degli impianti, flessibilità operativa, refrigeranti e supporto alla filiera tecnica. “La climatizzazione commerciale oggi è una scelta quasi strategica, economica ed energetica per le diverse insegne -osserva **Ettore Jovine**, vice president and head of Hvac business di Samsung Electronics Italia- e più tensioni ci sono e più importante è la scelta consapevole della tecnologia”. Nel caso di Samsung, questo tema si lega alla struttura stessa della distribuzione commerciale, dove la climatizzazione entra in una filiera decisionale articolata e spesso distribuita su livelli diversi. “Questo mondo è talmente frammentato che la catena decisionale può estendersi dalla sede centrale di un’insegna internazionale, in Europa o oltre, passare per la filiale locale, essere vagliata da altri nodi prima di arrivare, finalmente, al singolo punto di vendita



1 A Mce il condizionamento per retail e gdo è stato letto sempre più come tema di energia, continuità operativa e qualità dello spazio commerciale.
2 Le tecnologie evolvono, ma sempre di più si devono integrare in un ecosistema di aspetti che vanno dalle normative, ai costi, all’ecosostenibilità, e diventano voce importante nelle pianificazioni di business **3** La climatizzazione richiede oggi monitoraggio, regolazione e adattamento. **Dati e Ai** entrano in gioco per un utilizzo mirato degli strumenti e per azioni di manutenzione predittiva, controllo remoto e gestione dinamica

RETAIL & SERVIZI



1 2 Le nuove **pompe di calore Afilia di 2G**, sia aria sia water, estendono anche al raffrescamento per gdo, retail e grandi superfici l'approccio dell'azienda ai sistemi energetici integrati, con soluzioni pensate per continuità di esercizio, monitoraggio e gestione di carichi termici variabili su superfici, la climatizzazione richiede oggi monitoraggio, regolazione e adattamento a carichi molto variabili. Dati e intelligenza artificiale entrano in gioco per un utilizzo mirato degli strumenti e per azioni di manutenzione predittiva, controllo remoto e gestione dinamica

sul territorio italiano -aggiunge Jovine-. E proprio per questo la qualità del risultato dipende anche dalla capacità di tenere allineati interlocutori, priorità e tempi diversi". **Samsung individua tre priorità per chi deve fare investimenti e scelte progettuali nella climatizzazione del retail, a partire dall'efficienza energetica, seguita dalla riduzione all'esposizione alla volatilità dei costi, fino all'adeguamento al percorso normativo**, soprattutto sul fronte della **decarbonizzazione** e dei refrigeranti. La risposta del vendor passa da pompe di calore, sistemi modulari Dvm (Digital Variable Multi, cioè impianti che consentono di regolare la climatizzazione in modo diverso tra diverse aree), unità interne differenziate e strumenti di controllo remoto. Una modularità che nella gdo assume un rilievo particolare, con i fabbisogni che cambiano tra area vendita, casse, uffici, magazzini e locali tecnici.

Un'impostazione simile è quella di LG, che lega in modo diretto contenimento dei consumi e comfort ambientale. "La prima esigenza del mercato è il risparmio, il risparmio energetico -osserva **Gianluca Figini** per Lg Italia- che però deve essere immediatamente collegato al comfort all'interno degli ambienti". **Nel punto di vendita il clima interno accompagna infatti la qualità del servizio e la percezione complessiva del-**

lo spazio, mentre il controllo dei consumi incide in modo immediato sulla gestione operativa. Per il commerciale e il terziario avanzato Lg tiene conto delle diverse condizioni che insistono nello stesso ambiente e punta sui sistemi a refrigerazione variabile della linea Multi V, progettati per alimentare più unità interne e gestire aree con esigenze diverse, oltre che su soluzioni basate su chiller nelle superfici più grandi e nei progetti più strutturati. "Possiamo gestire temperature diverse in zone diverse e, in alcuni casi, anche caldo e freddo in ambienti differenti -spiega Figini- ed è proprio questa flessibilità a rispondere bene agli edifici più articolati". Su un piano in parte diverso, ma dentro la stessa traiettoria, si colloca **2G, che proprio in occasione di Mce ha presentato la nuova offerta di pompe di calore**, elemento che chiude il cerchio con i propri sistemi di **cogenerazione** su cui è tradizionalmente specializzata. In questo caso, infatti il focus si sposta su un'estensione dell'ecosistema energetico, con una proposta pensata per sostenere la **transizione energetica** e accompagnare esigenze di riscaldamento e raffrescamento in grandi edifici. "Con il lancio delle nuove **pompe di calore** vogliamo completare il nostro ecosistema efficiente -spiega **Christian Manca**, Ceo di **2G Italia**- e metterlo a disposizione delle imprese che desiderano de-

carbonizzare la **produzione di calore** o il raffrescamento dei loro spazi, anche in configurazione stand alone".

Le nuove soluzioni 2G si articolano nelle gamme Afilia air e Afilia water. La prima è progettata per installazione esterna ed è indicata per il raffrescamento o il riscaldamento di liquidi in applicazioni Hvac. La seconda è orientata a una gestione automatica e flessibile delle esigenze termiche di edifici e processi, con la capacità di mantenere una temperatura costante anche in presenza di variazioni marcate della domanda.

Il controllo degli impianti acquista sempre più rilievo perché, nella distribuzione, la climatizzazione deve rispondere a condizioni che cambiano di continuo tra temperature esterne, flussi di persone, orari di apertura, stagionalità commerciali e diversi usi degli spazi. In questo senso **Lg insiste sulla governabilità nel tempo e, quando una catena deve presidiare decine o centinaia di punti di vendita, propone anche Tms (Total Maintenance Service)**, la propria piattaforma per il monitoraggio e la manutenzione da remoto degli impianti. "Stanno diventando sempre più richiesti i sistemi di monitoraggio dei consumi elettrici -sottolinea Figini- perché l'impianto viene valutato sempre di più per la sua capacità di essere monitorato e governato lungo il tempo". "Le macchine stanno evolvendo velocemente

RETAIL & SERVIZI

sul versante del monitoraggio e della capacità di adattare i consumi alle condizioni reali di utilizzo -fa eco Jovine-. Un cambiamento che riguarda sempre meno la sola prestazione e sempre più l'intelligenza con cui l'impianto reagisce al contesto". Per **2G Italia**, invece, **il controllo si lega all'inserimento della macchina in un sistema energetico più ampio, nel quale produzione termica, monitoraggio e continuità di esercizio devono restare integrati**. "L'obiettivo è offrire soluzioni che uniscano efficienza, flessibilità e controllo -osserva ancora Manca- perché oggi il tema non è solo produrre caldo o freddo, ma farlo dentro un sistema energetico più intelligente e più governabile". Anche i refrigeranti rientrano sempre di più in un percorso che unisce vincoli normativi e sviluppo tecnologico. **Lg richiama una transizione già in corso, che va dal passaggio da R410A e R32 -rispettivamente una miscela di gas refrigeranti e di fluorometano - fino all'R290 (propano)**. "Sul fronte dei sistemi Vrf ci stiamo muovendo proprio sull'R32 -ricorda Fi-

gini- accompagnando questa transizione con dispositivi di sicurezza pensati per rilevare eventuali perdite e gestire correttamente il circuito". Samsung porta lo sguardo sul passaggio successivo, quindi sulla necessità di arrivare preparati alle evoluzioni che stanno già prendendo forma. "I gas refrigeranti hanno vissuto quattro o cinque evoluzioni negli ultimi anni -ricorda Jovine- e oggi il tema non è solo rispettare le regole, ma arrivare preparati al passaggio successivo". In questa prospettiva, **nella nuova gamma di pompe di calore l'azienda guarda al propano R290 come a una delle soluzioni oggi più considerate nell'evoluzione del settore**. Nel caso di **2G**, i refrigeranti a basso Gwp (Global Warming Potential) entrano direttamente nella nuova offerta, insieme a configurazioni pensate per edifici di grandi dimensioni e per una gestione più integrata dell'energia. Anche la filiera tecnica torna in primo piano, perché la qualità finale dell'impianto dipende da tutto ciò che accompagna la macchina. Lg lo dice in modo esplicito

quando richiama il tema dell'esecuzione. "Nelle applicazioni per gdo e retail il prodotto da solo non basta -osserva Figini- servono dimensionamento corretto, distribuzione efficace dei terminali, posa accurata e avviamento capace di garantire il funzionamento dell'intero sistema". **Samsung lega lo stesso punto alla formazione, vista come parte integrante della qualità impiantistica**. "Noi passiamo dal dover fare cultura di prodotto al dover fare azioni commerciali, con in mezzo necessariamente la formazione, anche tecnica -sottolinea Jovine- e nell'ultimo anno abbiamo formato 18 mila professionisti". Nel caso di **2G**, questa attenzione prende forma in un'offerta costruita per tenere insieme configurazioni modulari, monitoraggio, analisi predittiva dei guasti e continuità di esercizio, con una gamma che comprende Afilia air, nelle versioni aria-acqua con refrigerante naturale R290, e Afilia water, pensata per applicazioni acqua-acqua con diversi refrigeranti e differenti livelli di temperatura di mandata.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

DESSERT FRESCHI

raffinati e irresistibili



Mancuso Group
 www.mancusogelati.it
Tel. +39 0922441641



CANNOLO



DUBAI CHOCOLATE



TIRAMISÙ



DELIZIA AL LIMONE



FORESTA NERA



SPECULOOS



GIANDUIOTTO



TIRAMISÙ ALLA FRAGOLA