

NORWEGIAN
ARCHITECTURE
A-LAB
MODUS
ATTIA SCAGNOL
PATKAU
MDU
BOLLES+
WILSON
DRMM
HAMBURG MAPPING

Editorial: Alejandro Zaera-Polo



Material Assemblages
and Literal Embodiments

THE PLAN
ARCHITECTURE & TECHNOLOGIES IN DETAIL



Italia €15 / Europe €17,5 / UK £13 / USA \$19,5

Japan ¥3.950 / Korea ₩38.000 Won

N° 071 DICEMBRE 2013 / GENNAIO 2014

DECEMBER 2013 / JANUARY 2014 N° 071

INTERVISTA A / INTERVIEW WITH JØRGEN TANG-JENSEN, CEO VELUX

Nicola Leonardi: You have been at the company throughout your career. How do you think the company has changed and how has the approach to an ever changing market adapted?

Jørgen Tang-Jensen: I've been at Velux for 32 years and I've been lucky enough to have different roles in different countries. This has really helped me to understand what is going on around the globe. Velux has changed a lot, keeping up with the times to make sure it is never caught short in the face of international change. We have always placed a lot of emphasis on looking after resources, initially working to eliminate waste and, later, on technological innovation, setting new energy efficiency standards for our products. There are fashionable trends, but we believe that constantly seeking to reduce the amount of energy we use at home will never go out of fashion. We spend about 90% of our time indoors, so it is extremely important that inside is synonymous with having the ideal conditions to make the most of natural elements and avoid waste.

N. L.: One of the strong points of Velux is having a brand that represents the brand, the product and the company at the same time. How do you think this helps you in today's market? What challenges lie behind this opportunity?

J. T. J.: Velux is probably the best known global brand for construction materials, but the origins of the name are probably less famous. It comes from "Ve" in ventilation and "Lux", meaning light in Latin. It really was a stroke of genius as our goal is to improve living conditions through natural light and fresh air and it is a word that is easy to pronounce in any language. There are, of course, potential drawbacks from having a strong brand. In some countries, Velux has become the generic term for roof windows. This potentially leads to a "degeneration of the brand" and a loss of the brand rights. People who buy our products expect a combination of perfection and an ability to keep the rain, wind and snow out for decades and decades. So, it is critical that the Velux logo is always synonymous with the highest quality.

N. L.: Sustainability is essentially a very local concept and depends heavily on the climate. How are Velux products customised from country to country?

J. T. J.: We face the challenge of differing climates by studying solutions that use different types of glass, gas and filters. The goal is to provide a product that is optimal for each situation and reduces energy consumption in relation to the climate in each country.

N. L.: You launched the idea of "living laboratories" a few years back. This really was an exceptional thing to do as it means you can better understand and monitor how your products are performing in a given setting. Are you happy with this approach? Was it a strategy that was decided on in advance?

J. T. J.: We've built 6 houses in 6 different European countries to learn more about the influence of the climate on a building. We had a family move into each house so that we could focus on optimising the construction techniques to ensure an ideal micro-climate and lower energy consumption. We gathered as much data as we could so that we could use such information in developing our products.

N. L.: Home automation was added to Velux to open up growth opportunities for the company. How can such technology be developed to ensure end users find it both simple and useful?

J. T. J.: We worked with specialist engineers to develop technology that is simple to understand and can work with the new generation of Velux windows. This gives users a simple interface that helps reduce energy consumption and leaves us with the task of working out the best settings for sunscreens or whether windows should be open given the weather conditions.

N. L.: Velux has joined the "active house protocol". How does this work and what's your role?

J. T. J.: We started from the concept of a "passive house", although this is now a dated idea, and focused on cutting energy consumption in winter, without taking into account general living comfort. To get to the idea of an "active house" and ensure excellent comfort in the house plus energy efficiency over the year, we worked with experts from universities and other companies. Our job is to promote this new concept, develop new technologies that fit the concept and then disseminate them as much as possible.

N. L.: You clearly place great attention on avant-garde design, using new materials and technologies. I know that Velux is launching a whole new generation of windows. What are your thoughts about this launch? What is new?

J. T. J.: The trend is toward perfect thermal insulation for all building components, but this is not easily applied to windows since they are there to let light and fresh air into a house. The new generation of Velux windows allow just such a combination, with excellent heat insulation and large glazed areas.

N. L.: How do you see collaboration between the various parties who play an active role in creating a house? Would better communication between companies, constructors, architects, investors and so on ensure a better end product?

J. T. J.: Definitely. Yet, having so many people involved would definitely run the risk of failure. Things can go wrong and there is no solution, unless it is a "type house", in which case the specific goal makes everything easier. It is not a linear process, but in our own little way we are trying to streamline it to reduce errors and the consequent disappointment.



Nicola Leonardi: Lei ha trascorso praticamente tutta la sua carriera in quest'azienda. Come ha vissuto Velux i cambiamenti negli anni e l'approccio a un mercato in continua evoluzione?

Jørgen Tang-Jensen: Lavoro per Velux da 32 anni, con il privilegio di svolgere mansioni diverse e di operare in vari paesi; ciò mi ha profondamente aiutato nel comprendere quanto accade nel mondo. La nostra azienda si è sempre evoluta tenendosi al passo coi tempi per non farsi cogliere impreparata dinanzi ai cambiamenti su scala internazionale.

Sin dagli albori ci siamo interessati alla gestione delle risorse, concentrandoci prima sull'eliminazione degli sprechi e, in seguito, sull'innovazione tecnologica, impostando per i nostri prodotti nuove regole a livello di efficienza energetica. Al di là delle mode, esistono costanti quali la ricerca volta a ridurre i costi di energia negli ambienti domestici. Considerando che trascorriamo il 90% del tempo al chiuso, diventa fondamentale creare condizioni ideali per abitare, sfruttando gli elementi naturali ed evitando sprechi.

N. L.: Uno dei punti di forza di Velux sta nell'avere un marchio capace di rappresentare al tempo stesso brand, prodotto e azienda. In che modo questa forza incide positivamente nel mercato attuale? Quale sfida si cela dietro questa opportunità?

J. T. J.: Tra i materiali da costruzione, il nostro marchio è probabilmente il più conosciuto al mondo; non credo sia altrettanto famosa l'origine del suo nome, nato dalla giustapposizione di "Ve" (che sta per ventilazione) e "Lux" (che in latino significa luce). Un'idea vincente perché veicola la nostra ambizione di migliorare le condizioni abitative fornendo luce naturale e aria fresca, e perché questo nome può essere pronunciato correttamente in quasi ogni lingua. Certo è che la fama di un prodotto può comportare ripercussioni negative: nel nostro caso, in alcuni paesi con Velux indistintamente si indicano tutte le finestre per coperture. Da qui il rischio di una "degenerazione" e conseguente perdita dei diritti legati al marchio. Chi acquista i nostri prodotti si aspetta perfezione abbinata a un'elevata resistenza alle sollecitazioni atmosferiche per diversi decenni. È quindi essenziale che la presenza del logo Velux sia sempre sinonimo di alta qualità.

N. L.: La sostenibilità è un concetto locale fortemente legato al clima. Come differenzia Velux i suoi prodotti in base alle condizioni atmosferiche dei vari paesi?

J. T. J.: Per adeguarci alle diversità climatiche, abbiamo studiato più soluzioni che contemplano l'utilizzo di diversi tipi di vetro, gas e filtri. Questo al fine di offrire un prodotto ottimizzato di volta in volta per ridurre il consumo energetico in base alle condizioni atmosferiche di ogni paese.

N. L.: Da qualche anno avete promosso i "living laboratories", un'idea vincente per comprendere e monitorare i prodotti nel processo di messa in opera. È soddisfatto dell'iniziativa? Quale la strategia prefissata?

J. T. J.: Abbiamo realizzato sei case in altrettanti stati europei per studiare al meglio l'incidenza atmosferica sull'edificio. Mirando a ottimizzare le tecniche costruttive per un microclima ideale e un ridotto consumo energetico, abbiamo ospitato per un anno una famiglia all'interno di ogni abitazione, monitorando il maggior numero possibile di dati, così da impiegarli per lo sviluppo successivo dei nostri prodotti.

N. L.: La domotica è entrata nel mondo Velux per dare maggiori opportunità di crescita all'azienda stessa. Come sviluppare questa tecnologia in modo da renderla tanto utile quanto semplice per l'utente finale?

J. T. J.: Grazie alla collaborazione con ingegneri specializzati, abbiamo concepito una tecnologia facilmente comprensibile e sfruttabile al meglio con la nuova generazione di finestre Velux. L'utente può avvalersi della semplice interfaccia per ottenere un efficace risparmio energetico, lasciando a noi il compito di calcolare quali siano le migliori impostazioni per regolare i dispositivi di ombreggiamento e apertura delle finestre in base alle condizioni meteo.

N. L.: Avete aderito al protocollo "Active House". Come funziona e qual è il vostro ruolo al suo interno?

J. T. J.: Siamo partiti dal concetto di "casa passiva", ormai superato poiché focalizzato solo sul risparmio energetico invernale senza considerare il comfort generale interno all'abitazione. Per implementare questo concetto e raggiungere un eccellente microclima abbinato all'efficienza energetica per tutto l'anno, abbiamo collaborato con università e aziende affidandoci a professionisti. Il nostro ruolo è favorire questo nuovo concetto, sviluppare nuove tecnologie in linea con esso e diffonderle il più possibile.

N. L.: Velux si muove verso una progettazione d'avanguardia con nuovi materiali e tecnologie. State lanciando una nuova generazione di finestre, quali sono le sue impressioni, quali le novità in merito?

J. T. J.: In generale si tende a un perfetto isolamento termico per tutti i componenti dell'edificio, tuttavia risulta arduo applicare questo principio alle finestre, che hanno il compito di fornire luce e aria fresca all'interno dell'abitazione. La nuova generazione di finestre Velux rende possibile questo connubio, associando un alto valore di isolamento termico ad ampie superfici vetrate.

N. L.: Cosa ne pensa della sinergia tra le parti attive nella creazione di un'architettura residenziale? Un maggiore dialogo tra industria, edilizia, progettisti, investitori, ecc. potrebbe garantire un prodotto finale migliore?

J. T. J.: Certamente. L'alto numero di persone coinvolte comporta però un forte rischio di fallimento. Spesso qualcosa va storto e non vi è soluzione, a meno che non si tratti di un "prototipo di abitazione", dove il preciso fine rende tutto più semplice. Non è un processo così lineare, ma noi, nel nostro piccolo, puntiamo a snellirlo per ridurre gli errori e il disappunto che ne consegue.



■ NUOVA GENERAZIONE DI FINESTRE PER TETTI VELUX
A NEW GENERATION OF VELUX ROOF WINDOWS

- 1-2 L'AUMENTO DELLA SUPERFICIE VETRATA ASSICURA UN MAGGIOR APPORTO LUMINOSO E UN MAGGIORE GUADAGNO SOLARE DURANTE LA STAGIONE INVERNALE / THE LARGER PANE AREA ALLOWS MORE SOLAR HEAT IN DURING WINTER BY MAXIMISING SUNLIGHT
- 3- IL NUOVO CONTROL PAD TOUCHSCREEN CONSENTE DI GESTIRE E PROGRAMMARE IN MODO SEMPLICE E INTUITIVO LE FINESTRE E LE SCHERMATURE SOLARI / THE NEW TOUCHSCREEN CONTROL PAD MAKES IT EASIER TO MANAGE AND PROGRAM WINDOWS AND SUNSCREENING PRODUCTS
- 4- I MATERIALI ISOLANTI AD ALTE PRESTAZIONI INSERITI NELLA STRUTTURA DELLA FINESTRA NE MIGLIORANO L'EFFICIENZA ENERGETICA E LA TENUTA ALL'ARIA / THE ADDITIONAL HIGH PERFORMANCE INSULATING MATERIALS IN THE WINDOW CONSTRUCTION IMPROVE THE ENERGY EFFICIENCY AND THE AIR TIGHTNESS OF THE WINDOW

VELUX

Via Strà, 152

I - 37030 Colognola ai Colli (VR)

E-mail: velux-i@velux.com

www.velux.it