



Jako lider w produkcji systemów aluminiowych dla budownictwa Aluprof od lat podejmuje działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Przejawem zaangażowania firmy na tym polu jest dostarczanie innowacyjnych, ekologicznych produktów poprawiających efektywność energetyczną budynków. Dzięki temu możliwa jest redukcja kosztów związanych z ich ogrzaniem czy chłodzeniem. Aby jeszcze skuteczniej promować rozwiązania, które to umożliwiają, marka rozpoczęła kampanię „Panuj nad klimatem, panuj nad kosztami”, której twarzą został międzynarodowy sędzia piłkarski Szymon Marciniak.

Okna i drzwi o wysokiej izolacyjności termicznej – oszczędność energii przez cały rok

W ramach kampanii „Panuj nad klimatem, panuj nad kosztami” Aluprof skupia się na promowaniu swoich flagowych produktów – nowoczesnej, energooszczędnej ślusarki aluminiowej. Rozwiązania takie jak okna i drzwi z izolacją termiczną zostały zaprojektowane z myślą o budynkach mających spełniać najwyższe wymagania w zakresie efektywności energetycznej. Dzięki zastosowaniu innowacyjnych materiałów izolacyjnych i specjalnych przegród termicznych wyróżniają się one doskonałymi parametrami izolacyjnymi i tym samym minimalizują wychładzanie się pomieszczeń zimą oraz przenikanie do nich ciepła latem, a to przekłada się na niższe koszty ogrzewania i chłodzenia budynków. Warto przy tym podkreślić, że wysoka izolacyjność termiczna rozwiązań Aluprof idzie w parze z atrakcyjnym designem i bardzo dużą funkcjonalnością. Przykładem produktów, które wyjątkowo udanie łączą w sobie wszystkie te cechy, są drzwi przesuwne z ukrytą ramą MB-SKYLINE TYPE R oraz drzwi tarasowe podnosząco-przesuwne MB-82HS. Pierwsze z nich, za sprawą bardzo wąskich profili, zapewniających maksymalną powierzchnię oszklenia, pozwalają cieszyć się panoramicznym widokiem na otoczenie przy jednoczesnym zachowaniu

wysokiej izolacji termicznej. Z kolei drzwi MB-82HS dzięki zastosowaniu w nich takich rozwiązań jak próg „zerowy” zabudowany w podłodze, systemowe liniowe odwodnienie, wąski słupek czy brak listew maskujących na ościeżnicach pionowych doskonale łączą w sobie wysokie walory wizualne i komfort użytkowania.

Zewnętrzne osłony okienne dla ochrony klimatu i niższych rachunków

Dla jeszcze lepszego zarządzania temperaturą wewnątrz budynku Aluprof już jakiś czas temu wprowadził na rynek innowacyjne zewnętrzne osłony przeciwsłoneczne, spośród których szczególnie wyróżniają się: pionierski system SkyTwin łączący w jednym produkcie funkcje rolety zewnętrznej i screena, żaluzje fasadowe SkyFlow, które dzięki swobodnej regulacji lameli pozwalają zachować komfort optyczny we wnętrzach oraz screeny SkyRoll wykorzystujące specjalistyczne tkaniny techniczne skutecznie odbijające promienie słoneczne i jednocześnie będące atrakcyjnym wyróżnikiem elewacji. Co ważne, wszystkie te rozwiązania pozostają kompatybilne z oknami i drzwiami z portfolio firmy. Tym samym stanowią ich dopełnienie, wpisują się w koncepcję „all in one” i w jeszcze większym stopniu poprawiają efektywność energetyczną budynków, stanowiąc skuteczną ochronę wnętrza przed intensywnym nagrzewaniem czy utratą ciepła. Brak zastosowania zewnętrznej osłony przeciwsłonecznej powoduje bowiem, że 30 do nawet 80% promieniowania słonecznego przedostaje się do pomieszczeń, powodując ich nagrzewanie. Przekłada się to na gorsze samopoczucie i zwiększone zapotrzebowanie na energię zużywaną przez urządzenia klimatyzacyjne. Z kolei osłony przeciwsłoneczne zamontowane na zewnątrz okna sprawiają, że aż 80-90% promieni słonecznych pozostaje przed szybą. To dużo lepszy wynik niż w przypadku zastosowania osłon wewnętrznych, które są w stanie zatrzymać i wchłonąć zaledwie do 37% promieniowania słonecznego, podczas gdy pozostała część emitują do wnętrza pomieszczeń, doprowadzając do efektu przegrzania. Ciekawych danych dostarcza też symulacja w zakresie użycia screenów, którą Aluprof wspólnie z firmą Serge Ferrari (dostawca poszyć do screenów) wykonał dla budynku szpitala zlokalizowanego w Berlinie. Po przeanalizowaniu zebranych wyników okazało się, że roczne zapotrzebowanie na energię dla fasady południowej wyposażonej w screeny zmniejszyło się o 50%, a dla całego budynku o 30%. Jeśli natomiast chodzi o izolacyjność termiczną rolet, to Aluprof wspólnie z Politechniką Krakowską przeprowadził specjalistyczne badania, które dowiodły, że roleta zewnętrzna może zabezpieczyć okna przed utratą ciepła nawet do 26%. Tak doskonałe parametry izolacyjne osłon zewnętrznych przekładają się na mniejsze zapotrzebowanie na prąd i paliwa kopalne, a więc korzyści zarówno ekonomiczne (zwłaszcza w kontekście odmrożenia cen energii elektrycznej od 1 lipca 2024 roku i prognozowanych w związku z tym podwyżek), jak i środowiskowe. Ekspert z Guidehouse szacują, że zastosowanie inteligentnych i dynamicznych osłon przeciwsłonecznych tylko na terenie Europy do 2050 roku pozwoli ograniczyć redukcję emisji CO₂ o 100 milionów ton oraz uzyskać oszczędności nawet do 285 bilionów EUR.

Rozwiązania „all in one”

Założenia kampanii „Panuj nad klimatem, panuj nad kosztami” doskonale wpisują się w strategię Aluprof, zgodnie z którą firma promuje ideę zrównoważonego rozwoju w budownictwie i wdraża odpowiedzialne działania m.in. na rzecz redukcji śladu węglowego. Z pomocą cieszącego się międzynarodową rozpoznawalnością ambasadora spółka chce jeszcze skuteczniej promować swoje kompleksowe, energooszczędne rozwiązania, które pozwalają zwiększyć efektywność energetyczną budynków. Niższe zapotrzebowanie na energię to nie tylko znaczne oszczędności w rachunkach, co ma kluczowe znaczenie w dobie wysokich kosztów za energię i przekłada się na portfel klientów. Dla osiągnięcia maksymalnego efektu kluczowe jest jednak kompleksowe podejście, a więc stosowanie rozwiązań „all in one”, które wzajemnie się uzupełniają i tym samym pozwalają jeszcze skuteczniej chronić budynki przed wychłodzeniem zimą i nadmiernym nagrzewaniem się latem.

Aluprof z globalną kampanią promocyjną

Celem międzynarodowej kampanii „Panuj nad klimatem, panuj nad kosztami” jest zwrócenie uwagi inwestorów indywidualnych na kwestię efektywności energetycznej budynków i korzyści, jakie się z nią wiążą – zarówno finansowe, jak i związane z ochroną klimatu. Dzięki zmniejszeniu zapotrzebowania obiektów na energię, zarówno tę niezbędną do ich ogrzania (zimą), jak i chłodzenia (latem), jesteśmy w stanie obniżyć nasze rachunki za ogrzewanie i

klimatyzację nawet do 30%, jednocześnie przyczyniając się do zahamowania zmian klimatycznych.

W ramach działań realizowanych we współpracy z ambasadorem marki, sędzią piłkarskim Szymonem Marciniakiem, zaplanowano m.in. telewizyjne spoty reklamowe, reklamy prasowe oraz szeroko zakrojone działania w internecie i mediach społecznościowych. Za koncepcję kampanii odpowiada kolektyw kreatywny Digi Digi, produkcję filmów i sesji koordynuje F4 Studio, natomiast reżyserem spotów jest Bartosz Dombrowski. Istotnym elementem graficznym kampanii jest zielona kartka i towarzyszące jej hasło „Gramy fair z naturą”, które z jednej strony stanowi oczywiste nawiązanie do profesji Szymona Marciniaka i propagowanych przez niego zasad fair play, z drugiej zaś celnie oddaje wartości istotne dla marki.



Aluprof

[press box](#)