

## Reakce na článek: Odborníci varují před klamavou reklamou na „zázračné“ zateplení budov

Černým písmem je původní znění, zveřejněné asociací AVMI, **modrým textem jsou psané reakce na hanobení materiálu Lupotherm i jeho dodavatele.**

Asociace výrobců minerální izolace varuje před **neseriózními podnikateli** nabízejícími zázračné zateplovací technologie, které stavbu **prodraží, ale nezateplí**. Jde o reflexní fólie, například **Lupotherm**, které nedosahují avizovaných „zázračných“ parametrů, a jsou přitom velmi drahé. Množství klamavé reklamy přibude v okamžiku, kdy vstoupí v platnost zákonná povinnost používání energetických štítků u všech budov. Spotřebitelé musí být obezřetnější.

**PRAHA, 17. září 2012** — Na českém trhu se objevují „zázračné“ zateplovací technologie, které spotřebitelům slibují nadstandardní termoizolační a jiné fyzikální vlastnosti: například ochranu objektu před elektrosmogem, což údajně zajistí lepší spánek a zvýší imunitu lidského organismu.

„Téměř vždy se jedná o **klamavou reklamu**, která je založena na lžích a polopravdách, které běžný spotřebitel nemusí ihned odhalit. Je třeba **používat zdravý selský rozum** a nekupovat na základě emocí či pochybných doporučení,“ varuje Libor Urbášek, předseda **Asociace výrobců minerální izolace** (AVMI), která sdružuje klíčové výrobce izolačních materiálů na bázi minerálních vláken. **V případě Lupothermu se nejedná ani o klamavou reklamu, ani o lži nebo polopravdy. Naopak – na stránkách [www.lupotherm.cz](http://www.lupotherm.cz) je vysvětlen princip pro laickou veřejnost s použitím právě selského rozumu, který čtenáři umožní pochopit, jak Lupotherm funguje.**

Asociace navíc varuje, že tyto „supertechnologie“ mohou být **výrazně předražené** a přitom dosahovat jen **průměrných či výrazně podprůměrných** termoizolačních a jiných vlastností. „Neověřené ‚supermateriály‘ mohou být drahé, objekt přitom řádně nezateplí a mohou navíc ohrozit zdraví. Například tím, že **materiál je hořlavý** nebo vyroben z nevyzkoušených **potenciálně nebezpečných** látek. Podvedený spotřebitel může zjistit nefunkčnost či nekvalitní materiály až za **několik let**, tedy až po vypršení reklamační lhůty. Spory s dodavatelem, pokud bude vůbec ještě existovat, se mohou táhnout roky,“ upozorňuje Libor Urbášek.

**Výrobce Lupothermu poskytuje záruku na funkci po dobu 20 let. Spočívá ve vyfocení části objektu termokamerou ihned po zateplení, kde je na snímku vidět rozdíl mezi izolovanou částí objektu a neizolovanou. Stejný rozdíl povrchových teplot pak musí být patrný i po 20ti letech. Pokud tomu tak není, výrobce zajistí na své náklady nové zateplení.**

Takovou záruku neumí zatím nabídnout žádný výrobce minerálních vln. Ani nemůže, protože ví, co se s vlnou stane, zkondenzuje-li v ní pára a jak rychle klesá izolační účinek plochy zateplení ve kterém se nachází ostrov s mokrou vlnou a jak složité je, odstranit kondenzát z vlny pryč.

**O nebezpečných látkách v Lupothermu nemůže být už vůbec řeč. Je tvořen bublinkovými foliemi z vysoce hustotního polyetylenu (v obchodech se do tohoto materiálu běžně vkládá například ovoce nebo pečivo – konečný spotřebitel jej zná pod názvem mikrotenový sáček) a dále z polyetylen-tereftalátových folií na kterých je nano-vrstva hliníku (spotřebitel tento materiál zná pod označením PET a balí se do něj pitná voda, a do folií pokovených hliníkem třeba smažené brambůrky). Jiné látky v Lupothermu nejsou.**

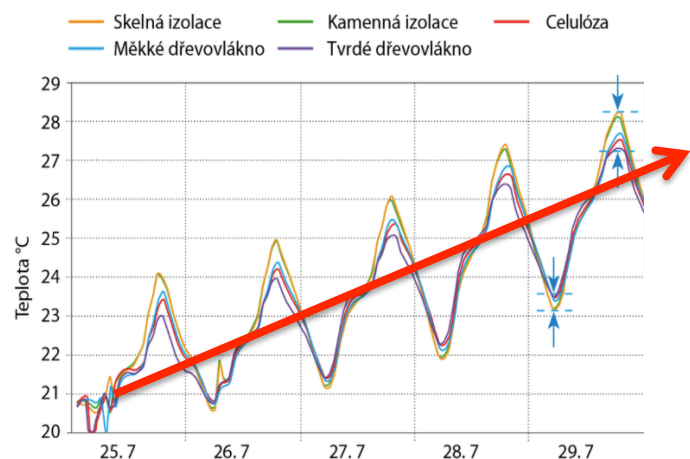


Při zmínce o bezpečnosti materiálů by však měli především vlnaři pravdivě informovat, proč je třeba používat při aplikaci jejich izolace ochranné brýle, rukavice a respirátor a jaké zdravotní dopady to může způsobit, pokud je člověk nepoužije. Je nasnadě, že publikování těchto informací by otevřelo mnoha spotřebitelům oči, aby si rychle rozmysleli, jestli chtějí do svého domu materiál, který jim a jejich dětem může způsobit těžké dýchací problémy a alergie.

Množství klamavých inzerátů a **podvodníků přibude** v okamžiku, kdy vstoupí v platnost **zákonná povinnost používat energetické štítky u všech budov**, tedy povinně informovat o tepelněizolačních kvalitách budovy. „Zájem o zateplovací materiály určitě výrazně stoupne a s tím i aktivita neseriózních podnikatelů a podvodníků. Spotřebitelé se musí připravit na různé formy klamavé reklamy a být o to obezřetnější,“ doporučuje Marcela Jonášová, tajemnice AVMI.

**S tímto textem dodavatel Lupothermu souhlasí a dodává, že veřejnost by se měla zabývat, proč v létě, po několika horkých dnech v přehřátém podkroví, izolovaném klasickými materiály, prakticky není možné bez klimatizace spát.**

**„Stavebník by se měl především postarat o tepelnou pohodu a to nejen pro zimu, kdy je schopen dostatek tepla zajistit případným zvýšením spotřeby, ale měl by hlavně myslet na léto, kdy je bez klimatizace zcela závislý na izolačních schopnostech svého zateplení.“ říká Rostislav Bezděk, technik firmy Xnergie s.r.o. (dovozce Lupothermu).**



### **Pozor na zázračné vědecké objevy, jde často o marketingový podvod**

Momentálně je **formou agresivní a klamavé reklamy** na trhu nabízena například fólie **Lupotherm**, která slibuje téměř nulové tepelné ztráty při tloušťce izolace pouhé tři centimetry. Tento „supermateriál“ podle výrobce vznikl na základě vesmírného výzkumu a je založen na vlastnostech kosmických skafandrů. „Naše testy **avizované termoizolační vlastnosti nepotvrdily**, materiál dosahuje jen podprůměrných izolačních vlastností. Tři centimetry fólie zateplí přibližně stejně jako sedm centimetrů kvalitní vaty, nikoli inzerovaných třicet či čtyřicet. Fyzikální zákony jsou neúprosné,“ vysvětluje Libor Urbášek. (K dispozici je na požádání odborný posudek a výsledky měření v akreditované zkušebně.)

**Testy, kterými AVMI Lupotherm měřila, jsou vhodné jen pro měření běžných izolací, ale pro Lupotherm jsou diskriminující, protože zcela zanedbávají uměle vytvořený tepelný most u okraje vzorku, který výsledek zásadně ovlivňuje a to díky tepelné vodivosti vnějších vrstev. Proto také při použití této metody, vycházejí pro Lupotherm pokaždé jiné výsledky, které se od sebe liší i o více jak o 50% (dovozce Lupothermu má k dispozici 4 protokoly z měření touto metodou pokaždé s velmi rozdílnými výsledky, které jasně dokazují nevhodnost této metody).**

**Lupotherm lze ve zkušebně měřit metodou vhodnou pro posuzování izolační skel, protože jako vícekomorové izolační sklo také i funguje. Je však třeba, stejně jako při měření vlastností izolačních skel, zvolit správně vzdálenost měřeného místa od okraje s ohledem na tepelnou vodivost jeho krajních vrstev (stejně, jako se bere v úvahu vodivost skloviny).**

Rovněž další avizované vlastnosti reflexních fólií jsou buďto klamavé či vyloženě lživé. Ve srovnání s běžnými materiály s lepšími fyzikálními vlastnostmi jsou tyto fólie **velmi předražené. Ani jedna z prezentovaných vlastností Lupothermu není klamavá, natož lživá. Navíc „předraženým“ Lupothermem, lze zateplit střechu i fasádu levněji, než s použitím např. minerální vlny, pokud by měla být tak tlustá, aby svým izolačním účinkem dokázala v reálu konkurovat Lupothermu.**

Navíc patří do třídy reakce na oheň E, a **jsou tedy hořlavé**, běžné minerální vaty jsou nehořlavé. Asociace je schopna veškerá svá tvrzení prokázat a doložit na základě protokolu měření v akreditované zkušebně.

**Pokud se Lupotherm nachází v přímém ohni, tak vskutku BEZE ZBYTKU shoří. Jinak je ale samozhášecí (tedy sám o sobě nehoří a po vyjmutí z plamene hořet přestane – proto třída „E“ a nikoliv „F“). A protože se Lupotherm vždy aplikuje za nějaký obklad, tak pokud je tento nehořlavý, šíření ohně samotným Lupothermem nehrozí.**

**Co však vlnaři bohužel neříkají, je fakt, že po každém požáru zůstane postiženému majiteli domu sice „nehořlavá“, ale zcela zničená (od hašení promáčená) vlna, kterou musí nechat ekologicky zlikvidovat (s tisíckrát větší energií, než je třeba na 100% recyklaci Lupothermu).**

Asociace doporučuje spotřebitelům **při nákupu značnou obezřetnost**. Indikátorem toho, že není něco v pořádku, je **důraz prodejce na přelomové vědecké objevy, speciální technologie**

z vesmírného výzkumu či různé „nano“ technologie. „Doporučujeme brát velmi kriticky a s nedůvěrou nepodložené proklamace o zázračných technologiích, neprůkazné či obskurní certifikace či doporučení údajných vědeckých kapacit,“ dodává Marcela Jonášová.

**Obchodní zástupci Lupothermu doporučují, aby se zájemci před koupí jejich materiálu vždy informovali u jiných uživatelů Lupothermu na jejich názor a zeptali se jich, jestli by jim koupí Lupothermu doporučili nebo naopak chtěli rozmluvit. A aby se těchto lidí určitě také zeptali, proč si nekoupili „klasickou“ izolaci a jestli by si ji po svých zkušenostech s Lupothermem ještě někdy koupili.**

**Faktem totiž je, že na Lupotherm během 25 let, co je na trhu, není ani jediná reklama a stále přibývá zákazníků, kteří si jej kupují opakovaně pro své další stavby nebo na rozšíření zateplované plochy stávajícího objektu.**

### **Rozhoduje poměr kvality, ceny a zdravotní nezávadnost**

Důležitými kritérii při nákupu izolace pro zateplení budov by měl být **poměr ceny k tepelně izolačním vlastnostem, nehořlavost a zdravotní nezávadnost**. Je třeba také počítat s dobrými zvukově izolačními vlastnostmi a schopností odolávat vlhkosti či zabraňovat kondenzaci vodních par.

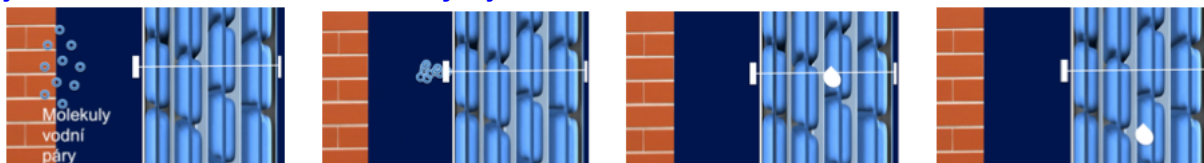
**Útlum hluku samotné izolace není vůbec důležitý, pokud je obálka akusticky navržena správně. Důkazem je dvojsklo s folií uprostřed, které tlumí hluk 2x lépe než o 50% těžší trojsklo a 4x lépe než obyčejné dvojsklo, přičemž samotná folie díky své minimální hmotnosti netlumí hluk takřka vůbec, ale mezi dvěma skly zvyšuje útlum zásadně. A stejně tak se chová i Lupotherm.**

Zmiňovat „schopnost odolávat vlhkosti“ je ve spojení s minerální vlnou poněkud úsměvné, protože téměř každý stavebník ví, že vlna se s vlhkostí nemá ráda, a že je naopak předepsané, minerální vlnu před vlhkostí chránit parotěsnou folií.

„Zabraňovat kondenzaci vodních par (coby vlastnost materiálu) je pak z fyzikálního hlediska už úplný nesmysl“, říká Michal Bílek, majitel firmy Xnergie, „protože materiál, který by tuto schopnost měl, by nesměl izolovat vůbec, aby v něm nevznikl teplotní spád, ve kterém by se mohl nacházet rosný bod.“ Pokud chtějí „odborníci“ někoho varovat, měli by se především vyvarovat rad, které je usvědčí z naprosté neobdobnosti a neznalosti základní fyziky.

Nejlépe se k tématice vlhkosti a rosného bodu v izolaci hodí příklad zateplení fasád. Zde není vlna chráněna parotěsnou folií, takže prostupující páry ve vlně kondenzují. Bohužel však kondenzát z vlny nikde nevytéká. Vlna jej nasákne jako houba a pak mokrá izoluje logicky hůře, než když byla suchá. A protože je v tomto místě i studenější, kondenzuje zde během zimy stále více páry. Plocha s mokrou vlnou se tedy zákonitě zvětšuje, takže zateplení pak neizoluje stejně dobře jako na začátku zimy. K nápravě dochází až po zimě, vlivem jarního Slunce, které svým teplem vlnu vysuší. Otázkou však zůstává, kdy asi vyschne vlna na severních zdech, kam Slunce prakticky nesvítí?

U fasádního Lupothermu (v paropropustném provedení s T-nitkami přes všechny vrstvy) takový problém nevzniká. Materiál je 100% nenasákavý, kondenzát z něj vytéká pryč, takže se jeho izolační vlastnosti během zimy nijak nemění.



„Doporučujeme nakupovat pouze u zavedených výrobců a nenechat se zlákat doporučení neověřených instalačních firem. Některým jde hlavně o rychlý výdělek a snadnou montáž. Dobře zaizolovat dům je náročná odborná práce a nevyplatí se na tom šetřit,“ uzavírá Libor Urbášek.

**Je pravdou, že montáž Lupothermu je skutečně velmi snadná a rychlá, takže je logické, že firmy raději zateplí 200m<sup>2</sup> střechu Lupothermem za 2 dny, než aby se při stejné hodinové mzdě drbali s vlnou 2 týdny, a aby při práci bez respirátoru pak ještě další měsíc měli dýchací potíže.**

Tepelná izolace chrání budovu před povětrnostními vlivy po mnoho generací. Nekvalitní materiály se přitom mohou **negativně projevit až za několik let**. Pozdější reklama může být velmi obtížná, nebo dokonce nemožná, protože garance kvality je časově omezená a končí mnohdy už po dvou letech.

**S tímto odstavcem se dodavatel Lupothermu zcela ztotožňuje. Protože představa, jak asi vypadá vlna ve střeše po několika letech, pokud náhodou někde při aplikaci došlo byt**

k nepatrnému porušení parotěsné folie, může být skutečným důvodem ke starostem. Proto asi ani neexistuje výrobce vlny, který by se odvážil dát záruku na parametry zateplení aspoň 5 let. Takže garance 20 let na parametry, kterou získá zákazník koupí Lupothermu, je přesně ten správný argument pro volbu kvalitní izolace.

TABULKA: Jak poznat klamavou reklamu:	Jak vybírat kvalitní tepelnou izolaci:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Těžko uvěřitelné fyzikální vlastnosti (minimální tloušťka a přítom téměř nulové tepelné úniky) – <b>ale pouze v případě, že prodejce není schopen tyto vlastnosti věrohodně doložit a funkci jednoduše (selským rozumem) vysvětlit.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dávat důraz na tepelně izolační vlastnosti, nehořlavost a zdravotní nezávadnost. <b>Např. jestli není třeba při aplikaci používat ochranné brýle a respirátor - masku určenou k ochraně před vdechováním nebezpečných látek.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Důraz na převratné vědecké objevy a neznámé vědecké kapacity garantující kvalitu. <b>Neplatí, pokud tyto objevy byly převratné před více jak 50 lety a konkurence prostě jen zaspala nebo tyto nové poznatky ignorovala.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informovat se o zvukově izolačních vlastnostech a schopnosti odolávat vlhkosti či zabraňovat kondenzaci vodních par. <b>Hlavně, jak se změní účinek izolace, pokud zvlhne. Obě další rady svědčí o neodbornosti autora (AVMI?).</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neznámé zahraniční a tuzemské certifikace <b>nebo pokud nějaká firma používá pro hanobení konkurence výsledky testů, ze kterých je patné, že použitá metoda je pro testovaný materiál zcela nevhodná (např. více výsledků téže vlastnosti, které se od sebe zásadně liší)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vybírat mezi ověřenými výrobci izolačních materiálů: neházdovat s neznámými či neověřenými prodejci. <b>Nakupovat od firem, které byly zákazníky vyhodnoceny jako „Kvalitní firma“ (pakliže průzkum prováděla nezávislá a k tomu autorizovaná instituce).</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Důraz na podivné nestandardní vlastnosti (ochrana před elektromogem, geopatogenními zónami a podobně). <b>Snaha o zamlčování informací, které mají negativní vliv na zdraví člověka.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pozor na instalační firmy nabízející zaručené „novinky“ (může se jednat o předražené materiály, které dlouho nevydrží). <b>A pozor také na firmy, které pomlouvají svou konkurenci (= nekalá soutěž).</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nadstandardní cena (odůvodněná neověřitelnými „záračnými“ vlastnostmi). <b>Neplatí, pokud jsou vlastnosti reálně ověřené a pokud je návratnost investice mnohem kratší než u levnějších, avšak hůře izolujících materiálů.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena odpovídající průměru na trhu <b>s ohledem na cenu celého zateplení, nikoliv pouze samotného materiálu. Dále je třeba zkoumat i energetickou stopu (množství počáteční energie na výrobu a na pozdější likvidaci).</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Příliš snadná instalace (kvalitní izolační materiály je třeba odborně aplikovat). <b>Neplatí, pokud je aplikace snadná z hlediska funkce.</b> Absence ověřitelných referencí či pouze reference u malých staveb.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Přeptat se zákazníků, kteří už zájmový materiál mají, jak jsou s ním spokojeni a jestli by si jej koupili znovu. A zjistit, proč si nekoupili konkurenční?</b></li> <li>• <b>Vybírat podle délky a hlavně rozsahu záruky!</b></li> </ul>

#### Asociace výrobců minerální izolace (AVMI)

Asociace sdružuje nejvýznamnější výrobce minerální izolace v ČR. Její členové reprezentují více než 90 procent tuzemského trhu s minerálně vláknitými izolačními materiály ve stavebnictví. Asociace se zaměřuje na šíření informací o využití minerálních izolací a na spolupráci s veřejnou sférou na tvorbě legislativního prostředí a norem. Asociace působí na tuzemském trhu od roku 2009. Partnerskou organizací AVMI na úrovni EU je Evropská asociace Eurima ([www.eurima.org](http://www.eurima.org)). Tuzemskými členy AVMI jsou společnosti KNAUF INSULATION, PAROC POLSKA, ROCKWOOL a.s., Divize ISOVER, Saint-Gobain Construction Products CZ a URSA CZ. Více informací na [www.AVMI.cz](http://www.AVMI.cz)

**Materiál Lupotherm na český a slovenský trh dodává mladá, malá, ale prosperující firma XNERGIE s.r.o., která si díky své poctivé práci, nekonfliktnímu jednání s konkurencí a své obchodní etice vysloužila pozornost tak velké a tak významné společnosti jakou je Asociace výrobců minerálních vln (AVMI), která ze strachu o miliardové obchody svých členů si dala tu práci, aby si (tajně) koupila roli Lupothermu, bez vědomí dodavatele jej s uměle vytvořenými tepelnými mosty u okrajích změnila, tedy stejnou (diskriminační) metodou, jakou byl testován již několikrát a vždy se zásadně se lišícími výsledky a pak vytvořila tento „odborný“ článek s „pravdivými“ informacemi, za jehož zveřejnění v médiích (možná dokonce i) zaplatila.**

**Známý psycholog Dale Carnegie v jedné ze svých knih napsal: „Když Vás kopou do zadku, znamená to, že jste vpředu“.**