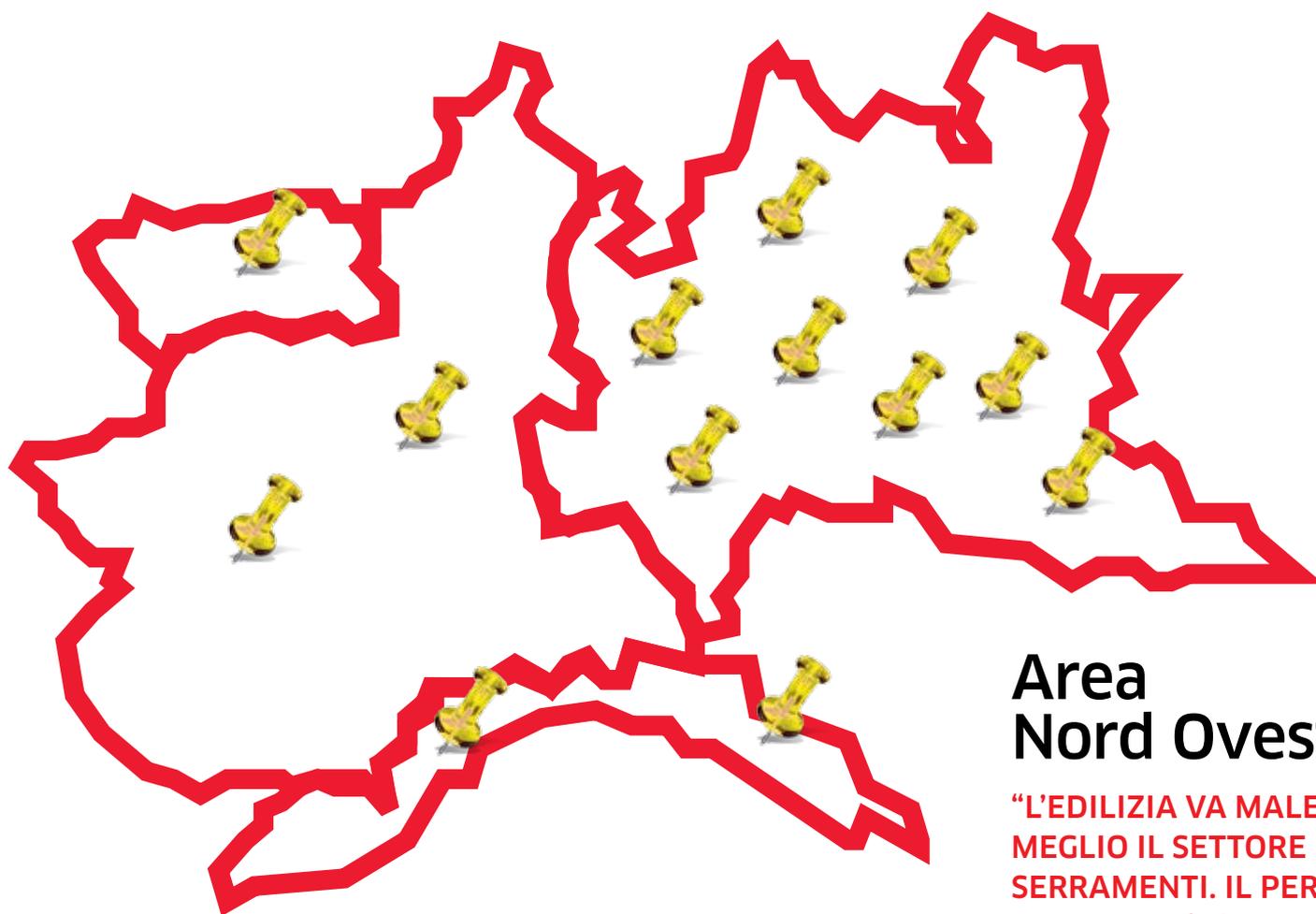




INCHIESTA: LA PAROLA AI RIVENDITORI D'ITALIA

text by **Letizia Di Peppo e Franco Ligabò**

Una straordinaria panoramica sulla situazione delle rivendite e show room in Italia. Attraverso tre semplici domande poste a oltre 50 rivenditori e produttori con show room in ogni Regione, abbiamo cercato di tracciare il quadro di quando sta accadendo. Le difficoltà, le speranze, le opportunità con lo sguardo rivolto al futuro



Area Nord Ovest

“L'EDILIZIA VA MALE. MEGLIO IL SETTORE SERRAMENTI. IL PERICOLO VIENE DALL'EST MENTRE È NECESSARIA LA CONFERMA DELLE DETRAZIONI FISCALI”

| | |
|--|--------------------------------------|
|  Baitan Serramenti, Rodengo Saiano (BS) | Legno Più, Rho (MI) |
| Bel-Go, Varese | Martocchi Serramenti (Chiavenna (SO) |
| Bergero Infissi, Pallare (SV) | Rossi Casa, Villadossola (VB) |
| BPS Porte e Serramenti, Esine (BS) | Serbaplast, Oltre il Colle (BG) |
| Castiglioni Infissi, Anzola d'Ossola (VB) | Ser-Mobil, Genova |
| Chiaravalli, Milano | Valdostana Infissi, Aosta |
| Le Porte, Pozzuolo Martesana (MI) | |

Quale è la situazione dell'edilizia e in particolare quella del settore serramenti nella vostra area?



SERGIO BAITAN

Il mercato delle nuove costruzioni è praticamente fermo: la crisi fa sentire i suoi “morsi”, creando, di conseguenza, una diffidenza anche nei confronti del mattone, attenuandone la tradizionale “fama” di investimento sicuro a favore del risparmio. **Vanno abbastanza, invece, gli interventi di ristrutturazione**” Sergio Baitan, Baitan Serramenti, Rodengo Saiano (BS)



LUCA BELLI

Nella nostra area di attività (zona centro-nord della Provincia di Varese) l'edilizia è ormai da alcuni anni in fase di forte stagnazione: pochissimi nuovi cantieri, e appena discreta attività di recupero del patrimonio esistente. **Il settore serramenti gode invece di buona salute**, anche e soprattutto grazie agli interventi di sostituzione di infissi operati dal settore privato, sulla scia delle agevolazioni fiscali. Luca Belli, Bel-Go, Varese



DAVIDE BERGERO

l'incertezza sulla situazione generale, **magari si sceglie di sostituire non tutte le finestre**. Davide Bergero, Bergero Infissi, Pallare (SV)

Il mercato delle nuove costruzioni è pressoché fermo, per le difficoltà di molte imprese gravate da non poco invenduto. Regge il mercato delle ristrutturazioni, con alcune **commesse anche da parte della Pubblica amministrazione**, lavori piccoli, per noi nell'edilizia scolastica. Analoga la situazione dei serramenti: anche qui commesse piccole, perché, causa la scarsa liquidità delle famiglie e



RICCARDO BELLICINI

Tra fine 2015 e inizio 2016, nella nostra zona, c'è stato un aumento dei permessi di costruire da parte dei Comuni, a conferma che qualcosa si sta muovendo e un bel segnale della volontà di recupero del patrimonio edilizio da parte dei privati. Relativamente ai serramenti e parlando di ristrutturazioni - fetta principale del nostro business -, **la detrazione del 65% non è più un fattore decisivo**, anche se,

ovviamente, importante: chi decide di sostituirli lo fa perché ha deciso di investire nella casa. **Sempre in fatto di serramenti, complessivamente positivi i primi quattro mesi 2016**, con una leggera flessione a gennaio e febbraio, ma una netta inversione di tendenza ad aprile. Riccardo Bellicini, BPS Porte & Serramenti, Esine (BS)



LUCIO CASTIGLIONI

In leggera ripresa il settore delle costruzioni, soprattutto riguardo alle ristrutturazioni nel residenziale privato, spinte, nel caso dei serramenti, dal **bonus del 65%**, che si rivela **fattore trainante per il 70% delle nostre commesse**. Qualcosa si muove anche nel pubblico, con interventi nell'area dell'edilizia scolastica. Lucio Castiglioni, Castiglioni Serramenti, Anzola d'Ossola (VB)



CINZIA CHIARAVALLI

Lavoriamo prevalentemente con privati e in questo momento il mercato ci sembra piuttosto interessato. Certamente gli incentivi fiscali hanno generato una grande spinta all'acquisto di nuovi serramenti, d'altra parte, però, **l'apertura di numerose nuove rivendite di serramenti crea, purtroppo, una dispersione di fatturato**. Cinzia Chiaravalli, Chiaravalli, Milano (MI)



ISABELLA PITTIGLIO

Nella nostra area la ristrutturazione traina il settore più che la nuova costruzione. Premetto che il nostro showroom è rivolto ad una committenza privata, quindi la nostra potrebbe essere una valutazione condizionata da questo tipo di richiesta. Il committente che ristruttura è spinto anche dalla possibilità di poter recuperare il 65% della spesa, quindi **gli incentivi statali risultano provvidenziali** per il settore edile nell'ambito delle ristrutturazioni. Isabella Pittiglio, Le Porte, Pozzuolo Martesana (MI)



DONATELLA DE PIERI

La vera sfida oggi è saper contrastare la grande offerta di prodotti di scarso valore e di gente poco professionale. Se si è capaci in questo allora la situazione non è poi così negativa. Donatella De Pieri, Legno Più, Rho (MI)



ARTURO MARTOCCHI

In questo momento il mercato dell'edilizia privata e pubblica del nostro territorio è piuttosto stagnante, soprattutto per quanto riguarda la costruzione della prima casa. **Il lavoro proviene principalmente dal settore della ristrutturazione edilizia sostenuto dai bonus fiscali del 50% e 65%**. Arturo Martocchi, Martocchi Serramenti, Chiavenna (SO)



VALERIO ROSSI

Un mercato difficile, quello delle costruzioni, per i noti problemi legati alla crisi generale e, in particolare, a quella dell'edilizia. Il nuovo è pressoché fermo, e **sono quasi esclusivamente gli interventi di ristrutturazione a dare un po' d'ossigeno a un mercato in sofferenza**. Valerio Rossi, Rossi Casa, Villadossola (VB)

Il mercato è in lentissima ripresa, ma si è ripartiti dalle macerie rimaste dopo anni di crisi; la ristrutturazione/sostituzione rappresenta la quasi totalità degli interventi. **Il nuovo riguarda quasi esclusivamente edifici a basso consumo energetico** (edifici certificati secondo protocolli energetici seri). Sergio Troiani, Serbaplast, Oltre il Colle (BG)



ROBERTO DIONISI

Nella nostra area di competenza Liguria e basso Piemonte, la ristrutturazione la fa da padrone, vista la poca possibilità di edificare nuove costruzioni. **I clienti privati sono sempre più sensibili al risparmio energetico** e proporre un prodotto con elevate prestazioni e un'elevata competenza nell'installazione ci sta aiutando molto. Roberto Dionisi, Ser.Mobil, Genova

Il mercato resta pesante. **Abbiamo sempre operato con le imprese e oggi questo mercato è praticamente fermo**. Qualcosa si continua a fare coi privati ma in questo periodo ci sono pochi soldi in giro Alessandro Bordigoni, Valdostana Infissi, Aosta

Quali sono i fattori critici più acuti?



SERGIO BAITAN

Una situazione che si rispecchia nel mercato del serramento, dove si lavora, appunto, con le ristrutturazioni. La spinta del 65% non è più quella di qualche anno fa, non c'è più la corsa per la scadenza di fine anno, date le ormai abituali proroghe. Concorrenza del serramento in pvc a basso prezzo? Per quanto ci riguarda, **puntando sul pvc di qualità - con cui realizziamo le quote più importante del fatturato - nessun problema.** Anche da noi si assiste a una accentuata divaricazione tra chi può spendere e chi no, soprattutto in una realtà come quella bresciana, caratterizzata da una forte tradizione industriale, dove oggi, proprio per la crisi, operai, cassintegrati e ceti medi sono i più tartassati. Chi ha tanti soldi, neppure se ne accorge. Sergio Baitan, Baitan Serramenti, Rodengo Saiano (BS)



LUCA BELLI

Un aspetto molto critico è doversi confrontare con prodotti provenienti dall'Est Europa, spesso di estetica simile a prodotti Made in Italy, ma con componentistica e prestazioni, quindi anche costi, decisamente differenti. La criticità maggiore è quella di far capire al potenziale acquirente le differenze nell'acquisto di tali prodotti rispetto a quelli italiani, o comunque di provenienza nord-centroeuropea. Un altro

aspetto critico è il settore delle porte interne, dove si assiste a un livellamento verso il basso, sia nell'offerta che, conseguentemente, nella domanda, decisamente preoccupante. Luca Belli, Bel-Go, Varese



DAVIDE BERGERO

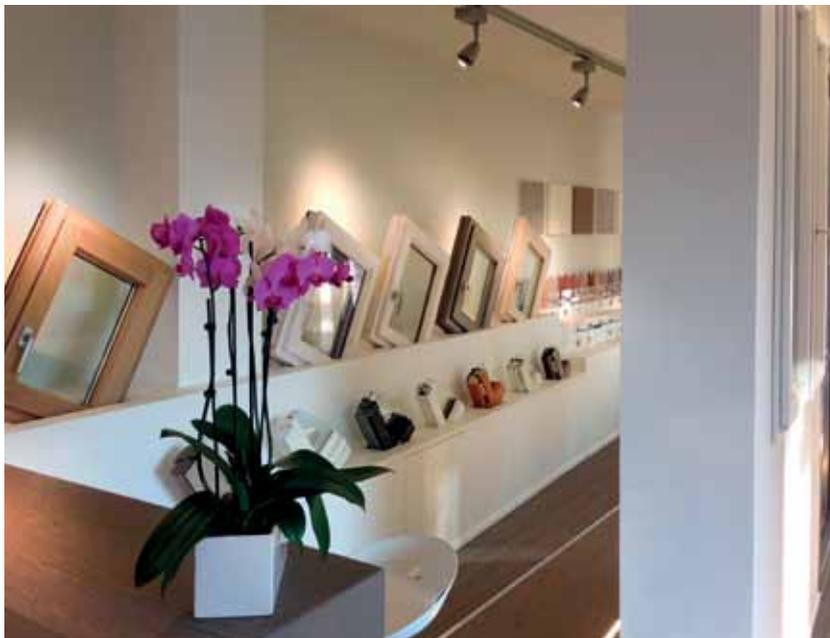
Tra i punti critici del settore serramenti: **la concorrenza del pvc proveniente dall'Est Europa, spesso di bassa qualità e a prezzi stracciati, ma, anche quando di qualità accettabile, c'è il problema della posa,** spesso affidata a "soggetti" non specializzati - tendaggisti, operatori nel mondo della ferramenta, ad esempio -, che non fanno poi alcuna assistenza. Risultato? Impoverimento del mercato in generale e,

soprattutto, di quello del pvc. **Sia ben chiaro, con il prodotto di qualità si continua a lavorare,** ma, fetta di mercato più ristretta e prezzi al ribasso ci costringono a fare salti mortali. Davide Bergero, Bergero Infissi, Pallare (SV)



RICCARDO BELLICINI

Molto polarizzata la preferenza dei materiali: **il pvc di qualità è quello che gode di migliore salute; l'alluminio batte la fiacca,** venendo associato alla vecchia immagine della finitura bronzo e percepito come materiale "freddo"; **fanalino di coda il legno,** per il costo elevato e per i problemi di manutenzione. Riccardo Bellicini, BPS Porte & Serramenti, Esine (BS)



LUCIO CASTIGLIONI

Un po' di confusione nello specifico settore del serramento, dove il fattore prezzo gioca un ruolo importante per quanto riguarda il mercato di "massa", mentre in quello centrato sulla qualità, calato di circa il 10%, ha scarsa influenza. Nessuna concorrenza, almeno per noi, degli infissi in pvc provenienti dai Paesi dell'Est europeo. **Il pvc di qualità è il nostro cavallo di battaglia, seguito**

da legno, legno/alluminio e, buon ultimo, l'alluminio. Un fattore critico è costituito dal fatto che sono **troppi a vendere serramenti** e senza alcuna competenza specifica. Ma, anche in questo caso, nessun problema, perché il cliente, nella maggior parte dei casi, si fida solo del prodotto di qualità e di operatori qualificati. Lucio Castiglioni, Castiglioni Serramenti, Anzola d'Ossola (VB)



CINZIA CHIARAVALLI

Il privato a volte cerca il miglior prezzo anche a scapito della qualità e delle garanzie del prodotto. L'ingresso di molti produttori dall'est Europa crea una corsa al ribasso che noi, che trattiamo solo prodotti di qualità, non riusciamo e non vogliamo seguire. Cinzia Chiaravalli, Chiaravalli, Milano (MI)



ISABELLA PITTIGLIO

Certamente, **la grande distribuzione del prodotto d'importazione risulta fortemente penalizzante per la produzione italiana** dove fiscalità, incombenze amministrative e costo del lavoro non sono certo paragonabili a quello estero. Difendersi da questo tipo di concorrenza, molto competitiva sul prezzo, non è facile per le aziende italiane. Isabella Pittiglio, Le Porte, Pozzuolo Martesana (MI)



DONATELLA DE PIERI

Credo che un punto critico è la resa da parte di **chi vende nel sottostare solo alla regola del prezzo** utilizzando come proprio punto di forza lo 'sconto', e pure la mancanza di consapevolezza, da parte di chi acquista, di spendere il proprio denaro al meglio per garantirsi un risultato duraturo ed efficiente nel tempo. Donatella De Pieri, Legno Più, Rho (MI)



ARTURO MARTOCCHI

Il nostro settore risente fortemente dell'incertezza economica e politica a livello europeo. Arturo Martocchi, Martocchi Serramenti, Chiavenna (SO)



VALERIO ROSSI

Le criticità del mondo del serramento sono legate alla **concorrenza del prodotto in pvc proveniente dall'Est Europa**, caratterizzato da un prezzo competitivo anche quando si tratta di buon pvc, a motivo del costo del lavoro e del carico fiscale più bassi che da noi. Per quanto ci riguarda, nessun problema, proponendo serramenti in pvc di qualità, magari col triplo vetro, dedicati al residenziale privato di fascia medio-alta. Valerio Rossi, Rossi Casa, Villadossola (VB)

I fattori di maggior criticità sono rappresentati dall'eccesso di offerta e dalla riduzione (distruzione) del valore (per tutta la catena) causata dalla continua discesa dei prezzi. **Situazione generata da politiche di vendita di produttori provenienti dall'Est Europa che si sono trovati favoriti da un mercato drogato da regole assurde e da produttori nazionali che inseguono il prezzo più basso** come unico 'faro'. Sergio Troiani, Serbaplast, Oltre il Colle (BG)



ROBERTO DIONISI

Se consideriamo il serramento in particolare, **la concorrenza dei prodotti dall'Est Europa è uno dei fattori di maggior criticità.** I prodotti arrivano in Italia con prezzi stracciati e, chi vende questo tipo di prodotto utilizza sistemi di posa in opera sempre al ribasso. Se consideriamo, invece, il mercato edile, purtroppo la burocrazia è tantissima e spesso molto lenta, il che fa inevitabilmente perdere l'entusiasmo a chi decide di investire i propri denari mattone. Anche il discorso finanziario è delicato: purtroppo oggi **gli istituti finanziari concedono un mutuo solo se la persona può garantire almeno tre volte l'importo che ha richiesto.** Ci è capitato spesso di non riuscire a portare a buon fine un preventivo, perché al cliente non è stato concesso il mutuo. Roberto Dionisi, Ser.Mobil, Genova

non "disturbare" il design del prodotto. **Essenziale, poi, la posa a regola d'arte.** Diversamente, il miglior serramento va in tilt. E il cliente è perso. Davide Bergero, Bergero Infissi, Pallare (SV)

La maggiore criticità è dovuta alla mancanza di liquidità e conseguentemente di incassi. Alessandro Bordigoni, Valdostana Infissi, Aosta

Quali prospettive si aprono per il settore delle rivendite?



SERGIO BAITAN

Ruolo insostituibile quello dello show room, che deve offrire: prodotti di qualità, articolata gamma d'offerta, servizio pre e post vendita, posa certificata, puntando molto sulla formazione del personale addetto alla vendita, attraverso corsi di formazione che lo rendano in grado di fornire al cliente informazioni tecniche aggiornate sul prodotto. L'immagine dello show room

è importante, ma prima della crisi lo era ancora di più. Quanto alle azioni promozionali, noi facciamo pubblicità su due tivù locali e sui taxi, oltre a sfruttare le opportunità offerte dalla rete, a partire dal sito web. Sergio Baitan, Baitan Serramenti, Rodengo Saiano (BS)



LUCA BELLI

Sul fatto che si 'aprano' delle prospettive ho qualche dubbio. **Penso, piuttosto, che le prospettive si restringano, spingendo le rivendite a migliorarsi in termini di efficienza e soprattutto di professionalità,** per riuscire a stare sul mercato, nel quale, tra l'altro, continua incessante la girandola di nuove aperture e successive chiusure di piccole e grandi rivendite di serramenti. Luca Belli, Bel-Go, Varese



DAVIDE BERGERO

Lo show room è importante, eccome! Una vetrina accattivante, gestita da addetti competenti che facciano vedere e toccare con mano il prodotto al cliente, spiegandolo e consigliandolo in modo appropriato al cliente: caratteristiche costruttive e prestazionali, interazione tra tecnica ed estetica: ad esempio, ante più piccole e vetri più ampi per maggiore luminosità, cerniere a scomparsa per

non "disturbare" il design del prodotto. **Essenziale, poi, la posa a regola d'arte.** Diversamente, il miglior serramento va in tilt. E il cliente è perso. Davide Bergero, Bergero Infissi, Pallare (SV)



RICCARDO BELLICINI

Lo show room è un fattore trainante per l'intero settore dei serramenti, a patto che abbia: allestimenti molto curati, offerta più articolata di prodotti - bene i sistemi oscuranti e interesse anche per i sistemi di automazione -, posa qualificata e servizio a tutto tondo, dalla progettazione al post vendita. **Fattore importantissimo: il rapporto umano tra cliente e venditore,**

che incide per l'80% nella firma di un ordine. Oggi il cliente è informato, e il venditore disponibile, tecnicamente preparato, in grado di proporgli la soluzione "giusta" è un asso nella manica, perché credibilità e competenza sono la carta vincente. Riccardo Bellicini, BPS Porte & Serramenti, Esine (BS)



LUCIO CASTIGLIONI

Importantissimo il ruolo giocato dallo show room, perché **il cliente vuole vedere, toccare con mano e capire il prodotto**, da qui è essenziale che il personale di vendita sia tecnicamente preparato. Importante ampliare la gamma d'offerta, con prodotti che spesso si rivelano "attraenti" e trainanti per le stesse porte e finestre: nel nostro caso, sistemi di schermatura solare - vanno molto i frangisole -, apprezzati per l'aspetto estetico oltre che per il comfort interno, e coperture vetrate per balconi, che ampliano lo spazio casa accentuandone la luminosità. Lucio Castiglioni, Castiglioni Serramenti, Anzola d'Ossola (VB)



CINZIA CHIARAVALLI

Il mercato della ristrutturazione è enorme, con grandi potenzialità di fatturato. Sebbene guardiamo al futuro con ottimismo, la sfida più grossa sarà far comprendere ai clienti la qualità e le garanzie dei prodotti che proponiamo, oltre ad offrire loro una consulenza che li supporta nella scelta più adatta alle loro esigenze. **La crescente sensibilità di tutti verso le energie rinnovabili ci aiuterà a far comprendere i vantaggi per**

chi acquisterà nuovi infissi di qualità con caratteristiche, quindi, molto performanti. Cinzia Chiaravalli, Chiaravalli, Milano (MI)



ISABELLA PITTIGLIO

Credo che sia giusto adeguarsi alle richieste di un mercato che periodicamente si evolve. Purtroppo, **la professionalità sta alla base di un'azienda solida.** Quando, 25 anni fa, abbiamo aperto la nostra prima rivendita, in Lombardia si contavano 3-4 rivenditori. **Che, negli ultimi anni le rivendite di serramenti si siano 'centuplicate' probabilmente significa che stiamo vivendo un momento florido per il nostro settore.**

Differenziarsi e specializzarsi sarà, a mio avviso, la mossa successiva quando arriverà il momento. Isabella Pittiglio, Le Porte, Pozzuolo Martesana (MI)



DONATELLA DE PIERI

Dicono che le migliori idee arrivino proprio nei periodi di maggiori difficoltà perché si è costretti ad elaborare nuove strategie e trovare soluzioni ai problemi. Anche per noi è nata **l'esigenza di percorrere nuove strade trasformando un lavoro di rivendita infissi in un gruppo di consulenti e operatori capaci di ridare nuova vita alla casa**, occupandosene a

360°. Quindi ascoltare il cliente e seguirlo in tutto il percorso di ristrutturazione, dalla consulenza di progettazione a tutte quelle opere che, negli anni passati, venivano svolte da imprese edili o artigiani vari. Donatella De Pieri, Legno Più, Rho (MI)



ARTURO MARTOCCHI

L'unica concreta speranza del momento potrebbe arrivare dalla stabilizzazione dei bonus fiscali che fa da traino per il mercato dell'edilizia, ma soprattutto rappresenta un segnale concreto per la riqualificazione del territorio con il recupero edilizio, nel rispetto delle normative energetiche. Arturo Martocchi, Martocchi Serramenti, Chiavenna (SO)



VALERIO ROSSI

Strategica, oggi, la presenza dello show room: nel 2014 abbiamo aperto un flagship store, facendo un notevole investimento: 500 metri quadrati, di cui 100 dedicati ai serramenti, in una articolata tipologia di prodotto - oltre a porte e finestre, pareti e divisori vetriati, porte tagliafuoco e per garage, finestre per tetti e sistemi oscuranti, tanto per fare qualche citazione - e gli

altri 400 a un campionario che spazia dai pavimenti in legno, ceramica, laminato e pvc alle stufe e ai camini, fino ai materiali isolanti per edilizia. **Insomma, occorre diversificare. In questo, abbiamo sfruttato la nostra precedente esperienza nel mondo delle pavimentazioni, poi arricchito coi serramenti.** Altri fattori importanti: venditori tecnici specializzati, elegante layout interno, promozione e pubblicità: noi facciamo molta tivù e poca "carta". Importante il sito web - il nostro viene visitato fino alle ore 23,- ma l'80% dei lavori nasce dal passaparola. Valerio Rossi, Rossi Casa, Villadossola (VB)

Concentrarsi più sul proprio business (erogazione di servizi) e meno sul prodotto, lavorando sulle competenze dei collaboratori (consulenza pre e post vendita). Sergio Troiani, Serbaplast, Oltre il Colle (BG)



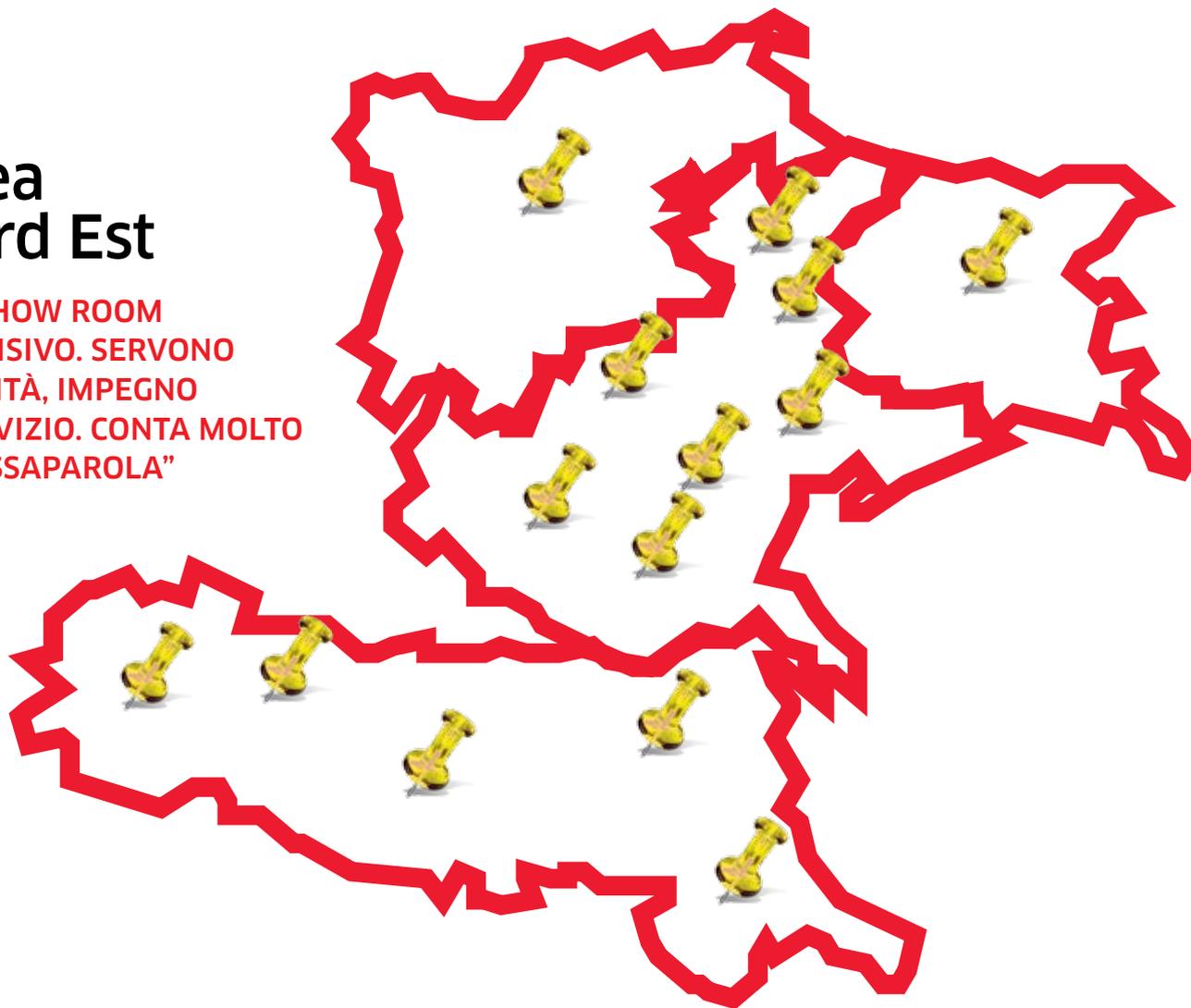
ROBERTO DIONISI

Sono pienamente convinto che, **continuare ad avere un prodotto di altissimo livello, posare con criteri e materiali idonei, ci può regalare, nel futuro, delle belle soddisfazioni.** Noi di Ser.Mobil siamo convinti che, avere uno showroom monomarca, come il nostro FlagShip Store Internorm sia sicuramente un'arma vincente. Roberto Dionisi, Ser.Mobil, Genova

C'è poca voglia di spendere e il trend riguarda ogni tipologia di prodotto. Sarò pessimista, ma **non vedo al momento prospettive allettanti per il prossimo futuro.** Alessandro Bordigoni, Valdostana Infissi, Aosta

Area Nord Est

“LO SHOW ROOM È DECISIVO. SERVONO QUALITÀ, IMPEGNO E SERVIZIO. CONTA MOLTO IL PASSAPAROLA”



| | |
|--|--|
|  Bagni Serramenti, Casumaro di Cento (FE) | Navacchi Infissi, Viserba di Rimini (RN) |
| Battisti Serramenti, Montesover (TN) | Ongaro Serrarredamenti, Vicenza (VI) |
| Castellari, Bologna | Portarredo L'invisibile, Argenta (FE) |
| D&V, San Bonifacio (VR) | Ruaro Serramenti, Schio (VI) |
| Dall'Oste, Altavilla Vicentina (VI) | Soluzioni Design, Trieste |
| Flaborea, Portogruaro (VE) | Termoidraulica Serramenti Somià, Comelico (BL) |
| Malerba Infissi, Pianiga (VE) | |

Quale è la situazione dell'edilizia e in particolare quella del settore serramenti nella vostra area?



FRANCO ZUFFI

Un mercato a intermittenza, quello delle costruzioni: un 2015 chiuso nel migliore dei modi, inizio 2016 positivo, marzo situazione statica. Il settore delle nuove costruzioni - quelle realizzate su un terreno “vergine” - è pressoché fermo, vanno molto, invece, le ricostruzioni seguite al terremoto del 2012, con gruppi di imprese provenienti da varie zone d'Italia che realizzano case

complete chiavi in mano serramenti inclusi: al 90% serramenti in pvc, per la quasi totalità provenienti dall'Est Europa. Anche **nel mercato “ordinario” prevalgono le ristrutturazioni**, con l'80% dei lavori, spinte moltissimo dal 65%. Franco Zuffi, Bagni Serramenti, Casumaro di Cento (FE)

Il settore delle nuove costruzioni è stato, negli ultimi anni, in forte rallentamento e non si prevedono miglioramenti. Tuttavia, **il mercato della riqualificazione energetica, della ristrutturazione e della commessa privata è da qualche anno in forte espansione**. Massimo Battisti, Battisti Serramenti, Montesover (TN)



ROBERTO CASTELLARI

La situazione attuale è in **leggera ripresa**: in particolare sul fronte delle ristrutturazioni edilizie. In merito alle nuove costruzioni segnalo un **incremento delle case a struttura in legno**, piuttosto che quelle in muratura. Il settore del mercato dei serramenti nella mia zona è collegato a questo andamento.

Roberto Castellari, Castellari, Bologna



MICHELE VERZÉ

Dal momento che la nostra azienda opera in tutta Italia, posso dire che la **sensazione generale sia di ripresa per tutto il comparto edilizia e non soltanto per le ristrutturazioni ma anche nella costruzione del nuovo**. In tema di ristrutturazione la problematica maggiore è data dalla confusione che si genera per l'abbondanza dell'offerta che punta al fattore prezzo slegata

dalle caratteristiche reali del prodotto. E poi **manca una valorizzazione del prodotto finestra**. Michele Verzé, D&V, San Bonifacio (VR)



MICHELE DALL'OSTE

Con le nuove costruzioni ancora bloccate, **la riqualificazione energetica e il recupero dell'esistente sono il riferimento più attivo per il settore delle chiusure.** Il Veneto, area in cui opera la nostra azienda, ad oggi, non ha ancora espresso la sua potenzialità ed ha, quindi, bassa domanda/crescita. Michele Dall'Oste, Dall'Oste, Altavilla Vicentina (VI)



ANTONIO MENEGATTI

La **situazione attuale nel settore delle costruzioni è lievemente migliorata**, abbiamo ricevuto buoni risultati nel 2014 e 2015 e ci aspettiamo una crescita ulteriore per l'anno 2016. Per cercare di raggiungere questi obiettivi, **abbiamo revisionato il nostro modello di distribuzione e traslato la strategia verso il mercato contract.** Antonio Menegatti, Portarredo L'invisibile, Argenta (FE)

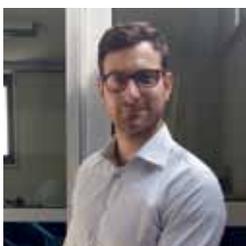
Nonostante gli incentivi fiscali, per l'edilizia è un momento difficile conseguente alla crisi economica e al mancato investimento del risparmio delle famiglie italiane nel nostro specifico settore, molto probabilmente **non del tutto convinte della solidità della ripresa.** Daniele Flaborea, Flaborea, Portogruaro (VE)



DARIO RUARO

L'edilizia da investimento non esiste più, **si costruisce su ordinazione e sul venduto.** Più che di crisi, è giusto parlare di saturazione del mercato che, con il potenziale costruttivo, prima o poi bisognava aspettarsi. La nostra azienda opera prevalentemente nel settore residenziale privato e per quanto riguarda i serramenti in pochi anni si sono invertite le percentuali di interventi fra il nuovo e la sostituzione. **Adesso si lavora in percentuale maggiore sulla sostituzione dei serramenti obsoleti sulle abitazioni esistenti rispetto alla posa di serramenti su nuove costruzioni.**

Dario Ruaro, Ruaro Serramenti, Schio (VI)



ALBERTO MALERBA

La nostra è una realtà attualmente locale. **Predominante è l'attività di riqualificazione energetica, nello specifico riqualificazione del foro finestra senza opere murarie, o minime.** Nel 60 % dei casi i nostri clienti vivono già nelle case in cui sostituiamo gli infissi. Per il 30 %, si tratta di clienti privati che scelgono la ristrutturazione di abitazioni già acquistate e un 10% in cui installiamo infissi in nuove costruzioni. Alberto Malerba, Malerba Infissi, Pianiga (VE)

Alberto Malerba, Malerba Infissi, Pianiga (VE)



MAURO NAVACCHI

Nella nostra zona, l'edilizia è piuttosto ferma, **le poche ristrutturazioni sono di dominio dei produttori esteri a basso costo, inseriti nel territorio tramite numerose sale mostra che per sopravvivere puntano solo a 'fare cassa'**, mettendo in secondo piano l'attenzione al serramento e alla sua durata nel tempo. Mauro Navacchi, Navacchi, Viserba di Rimini (RN)



ANGELO ABIUSI

Il mercato delle costruzioni registra segnali, anche se piccoli, di ripresa, sia per numero sia per valore dei cantieri. Tra i motivi: le banche da noi prestano denaro. Bene il settore delle ristrutturazioni, ma anche le nuove costruzioni si stanno muovendo. Una situazione, questa, che registriamo un po' in tutto il Nord Italia, area dove vendiamo grate di sicurezza

La situazione dell'edilizia nel nostro territorio è ancora **stagnante per quanto concerne le nuove costruzioni.** La nostra area di competenza, la provincia di Vicenza, non ha mostrato una significativa ripresa del mercato. Giuliano Ongaro, Ongaro Serrarredamenti, Vicenza (VI)



LUCIANO BERTOCCHI

Direi basso stabile. Non siamo in perdita, **sembra che si intraveda una crescita, ma i numeri sono sempre molto bassi.** Luciano Bertocchi, Poliedil, Bologna



a scomparsa automatizzate ad alte prestazioni e moderno design. Quanto ai serramenti, **il mercato delle sostituzioni è ancora favorito dal bonus del 65%**. Angelo Abiusi, Soluzioni Design, Trieste



GIULIANO SOMIÀ

Il mercato delle costruzioni si caratterizza per un **trend relativamente buono: a beneficiarne sono, sostanzialmente, gli interventi nel nuovo, mentre è abbastanza fermo il mercato delle ristrutturazioni**. Investimenti, quelli nel nuovo, che vedono protagoniste le società immobiliari, mentre il privato segna il passo, data la crisi economica che ne limita la capacità di spesa. Certo, noi siamo per molti versi privilegiati, trovandoci in una zona altamente turistica, le Dolomiti bellunesi, dove trova spazio il mercato delle case vacanza. Giuliano Somià, Termoidraulica Serramenti Somià, San Nicolò di Comelico (BL)

Quali sono i fattori critici più acuti?



FRANCO ZUFFI

Punto critico per i serramenti è il fattore "prezzo", battibile vendendo solo serramenti di qualità e Made in Italy. E il cliente finale, pur in tempi di crisi, lo sta capendo. Oggi, ad esempio, ci sono delle falegnamerie che non hanno più macchine d'officina, ma che comprano, vendono e posano di tutto, con prospettive, a mio avviso, di scarso respiro. Franco Zuffi, Bagni Serramenti, Casumaro di Cento (FE)

La mancanza di commesse importanti e di volumi elevati dati dalla scarsità di cantieristica sono fra le maggiori criticità: i grossi produttori di serramenti si sono 'riversati' nel piccolo cantiere (ristrutturazione, riqualificazione...) con conseguente abbassamento sostanziale dei prezzi e quindi delle marginalità! Massimo Battisti, Battisti Serramenti, Montesover (TN)



ROBERTO CASTELLARI

I fattori che hanno scatenato la crisi hanno portato ad una **selezione naturale favorendo le aziende che più si sono rivelate forti e flessibili** Roberto Castellari, Castellari, Bologna



MICHELE VERZÉ

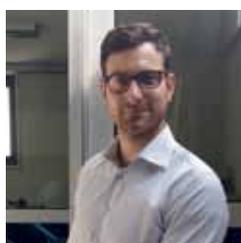
Tra i fattori più critici ci sono alcune normative appena uscite poco chiare che non aiutano il settore ad alzare il livello qualitativo dell'offerta, ad esempio la recente normativa UNI 7697: 2014 "Criteri di sicurezza nelle applicazioni vetrarie" si presenta ancora troppo interpretabile, senza una versione del tutto chiarificatrice. Altra criticità è il livello culturale troppo basso del prodotto serramento, ma occorre colmare questo gap e farne una opportunità di crescita. Michele Verzé, D&V, San Bonifacio (VR)



MICHELE DALL'OSTE

Pressione sui prezzi, eccesso di offerta, mercato frammentato, stop and go delle vendite, commesse piccole, concorrenza dequalificata/improvvisata, internet poco performante. **La torta (mercato) si è ridotta ma le bocche (operatori) sono aumentate e sono meno raffinate.** Vendere serramenti sembra il nuovo Eldorado, dal niente nascono nuovi punti vendita generati da fattori endogeni ed esogeni al settore che creano distorsioni e confusione. Dannoso è anche il 'multitasking' di molti produttori che agiscono su più fronti e piani della domanda, generando una concorrenza trasversale che aumenta frammentazione e tensioni sui prezzi. Michele Dall'Oste, Dall'Oste, Altavilla Vicentina (VI)

Tra i fattori critici: in primis una **mancata strategia a lungo termine da parte del governo nel settore dell'edilizia.** Il rinnovo annuale dei bonus fiscali non può rientrare in un progetto completo ad ampio raggio che coinvolga edilizia pubblica e privata, fra i settori trainanti dell'economia italiana. In secondo luogo il ruolo delle banche, tuttora - nonostante gli sforzi della Bce - decisamente restie ad incentivare il credito alle imprese e alle famiglie che intendono investire. Daniele Flaborea, Flaborea, Portogruaro (VE)



ALBERTO MALERBA

E' evidente l'importanza degli incentivi per la riqualificazione che rappresenta una grande occasione di vendita, dai motivi principalmente economici: gli incentivi garantiscono un ritorno dell'investimento migliorando qualità di vita, in termini sia fisici che finanziari. Un altro fattore critico determinante è la scelta dei clienti. Le imprese di costruzione



hanno consolidato nel tempo abitudini finanziarie di pagamenti insostenibili per chi fa impresa oggi. Politica aziendale, visione, esperienze negative, noi abbiamo deciso di **strutturare tutto il nostro lavoro in funzione del cliente privato. Esigente tanto quanto un'azienda di costruzioni, ma preciso nei pagamenti.** Un altro elemento critico è la confusione. La confusione che il cliente ha in testa quando deve cambiare. L'etichetta energetica è la soluzione. Una etichetta che tenga conto delle prestazioni di tenuta dell'infissi aria, acqua, vento e soprattutto il sistema di posa. Una buona finestra montata bene, vale di più di una ottima finestra montata male. Alberto Malerba, Malerba Infissi, Pianiga (VE)



MAURO NAVACCHI

La concorrenza estera a basso costo è il fattore più critico: è in corso una guerra che noi produttori italiani difficilmente potremo vincere visto i costi che dobbiamo sostenere per produrre in Italia. Mauro Navacchi, Navacchi, Viserba di Rimini (RN)

I clienti che necessitano di prodotto a basso prezzo, vanno direttamente ad acquistare pvc. La nostra azienda, soprattutto per etica aziendale, propone legno e legno-alluminio, prodotti che stanno diventando sempre di più di fascia. Anche il numero di coloro che erano incentivati alla sostituzione grazie agli incentivi fiscali del 65% è diminuito, probabilmente perché questa possibilità esiste già da qualche tempo. **Il settore delle imprese di costruzione negli ultimi tre anni ci ha causato non pochi problemi, sia dal punto di vista della liquidità che della quantità,** al punto che al momento cerchiamo di evitare nuovi contatti. Giuliano Ongaro, Ongaro Serramenti, Montereale Valcellina (PN)



LUCIANO BERTOCCHI

La più grande criticità è l'incredibile aumento della concorrenza spuria. Sto parlando di tutti quei rivenditori che, negli ultimi anni, si sono riciclati come venditori di serramenti senza avere né arte né parte. Piccole imprese ed ex artigiani che credono che vendere porte e finestre sia facile perché aiutati dagli incentivi e dal 65%. Se 10 anni fa in provincia di Bologna esistevano 100-150 rivenditori, oggi il numero è triplicato. E senza alcuna qualifica. Luciano Bertocchi, Poliedil, Bologna



ANTONIO MENEGATTI

Secondo la nostra esperienza e le richieste del mercato, pensiamo che **la qualità, i servizi e l'impegno siano i fattori più critici.** Antonio Menegatti, Portarredo L'invisibile, Argenta (FE)



DARIO RUARO

Tra i fattori critici: **maggiore l'offerta che la domanda. Tanta concorrenza, spesso improvvisata. Leggi e norme poco chiare che danno adito a interpretazioni e applicazioni errate generando anche una concorrenza sleale.** Basta solo pensare all'applicazione delle varie aliquote dell'Iva. Presenza di una miriade di serramenti tutti presentati come i migliori, i più performanti, i più duraturi. Molti anche i più economici. Sembra che non ne esista uno scadente o mediocre. Dario Ruaro, Ruaro Serramenti, Schio (VI)



ANGELO ABIUSI

Riguardo ai serramenti - noi siamo nati nelle finiture d'interni cui abbiamo poi aggiunto il "capitolo" infissi -, **un nodo critico consiste nel prezzo di quelli in pvc di provenienza Est Europa - da noi ne arrivano anche dalla Bosnia -, non solo di bassa qualità, ma anche di buona fattura, proposti, questi ultimi, a un 20% in meno.** Noi, oltre al pvc di qualità, vendiamo bene anche il legno e il legno/alluminio, rivolgendoci a una fascia di mercato medio-alta e "sfruttando" quella rete di architetti e progettisti conosciuta al tempo della iniziale attività nelle finiture d'interni. Angelo Abiusi, Soluzioni Design, Trieste

Punti critici del mercato del serramento? Premesso che la concorrenza c'è sempre stata, **influisce non poco il "sentiment" generale, un po' "depresso", influenzato da certe "rappresentazioni" che calcano la mano, bloccando le aspettative anche di quella parte di Paese reale che può spendere e investire,** anche se con oculatezza. Nostro fattore specifico di competitività è il fatto che, oltre ai serramenti, realizziamo anche impianti idro-termo-sanitari, offrendo all'impresa di costruzione un pacchetto allargato di soluzioni. Giuliano Somià, Termoidraulica Serramenti Somià, San Nicolò di Comelico (BL)

Quali prospettive si aprono per il settore delle rivendite?



FRANCO ZUFFI

Fondamentale è lo show room. Nel 2015, in piena crisi e con le ferite ancora aperte del terremoto, abbiamo aperto uno show room, un investimento importante pensato per il lungo termine e supportato dalla produzione interna: **vendiamo quel che sappiamo fare e, oltre al prodotto, vendiamo anche la nostra storia.** Lo show room deve essere attrattivo, proporre sempre delle novità, anche centellinandole: se ho 4 colori nuovi, li propongo uno alla volta, come avviene nei negozi d'abbigliamento. Novità anche di carattere tecnico: nuovi profili piuttosto che una nuova soglia ribassata. Oltre a organizzare eventi: per il compleanno del punto vendita, ad esempio, o per fare informazione su nuove norme. Franco Zuffi, Bagni Serramenti, Casumaro di Cento (FE)

Secondo le nostre previsioni, **i rivenditori di serramenti devono continuare ad investire in servizi alla clientela, marketing e prodotti innovativi**; è necessario avere degli ottimi poteri d'acquisto affidandosi a partner solidi e ben strutturati. Massimo Battisti, Battisti Serramenti, Montesover (TN)



ROBERTO CASTELLARI

Roberto Castellari, Castellari, Bologna

Funzionano le rivendite che sono presenti sul territorio da tanto tempo perché nuove realtà difficilmente riescono ad attecchire. Chi è alla ricerca di fornitori professionali e attenti nello svolgere il lavoro correttamente, di solito domanda in giro. **Molto conta il passaparola.** La mia azienda ha clienti (professionisti e privati) che acquistano i miei prodotti da vent'anni.



MICHELE VERZÉ

specializzato che provi a mettersi nei panni del cliente per

Come azienda abbiamo sempre puntato sulle rivendite anche quando altre realtà avevano pensato di affidarsi al mercato B2C. **Penso che le rivendite siano il canale migliore per la gestione del cliente privato nella fase della ristrutturazione** ma per mantenere questa nicchia di mercato e aggiungere nuovi clienti, dovrebbero strutturarsi in maniera mirata con personale

capire cosa veramente ricerca. Michele Verzé, D&V, San Bonifacio (VR)



MICHELE DALL'OSTE

Le prospettive per le rivendite, in considerazione di una futura crescita del paese e del mercato in generale, potrebbero essere positive se al servizio di vendita si potesse abbinare un servizio completo all'utente finale, rappresentato dall'**assistenza preventiva con una guida all'acquisto di qualità e durabilità dei prodotti, e da un impeccabile servizio postvendita** (manutenzioni varie). Daniele Flaborea, Flaborea, Portogruaro (VE)

Fammi indovino, ti farò ricco. Come a dire che **l'incertezza è piuttosto alta sul dove andare, ma pure sul come e con chi andarci.** Il settore, per dirla con l'urbanista è 'antropizzato', le sue prospettive non dipendono più da storie aziendali ne può fondarsi su analisi pregresse, **il suo futuro è da reinventare.** Un esempio potrebbe essere il costruire forti identità di gruppo e di brand e uscire dalla territorialità con forte attrazione della domanda. In altri termini farsi imprenditori non rimanendo solo rivenditori" Michele Dall'Oste, Dall'Oste, Altavilla Vicentina (VI)

Scenari futuri sono impossibili da vedere. Tutto tende alla media perciò chi mediamente lavora bene, mediamente continuerà a lavorare, non esistono le aziende di successo. Si è costruito poco negli ultimi anni? **Allora, sicuramente si costruirà di più nei prossimi.** Alberto Malerba, Malerba Infissi, Pianiga (VE)



ALBERTO MALERBA

La mia previsione: **le rivendite prolifereranno notevolmente, ma solo il 10% di quelle di produzione nazionale sopravviverà.** Si creerà un **rapporto di vassallaggio nei confronti dei produttori esteri a basso costo**, perché i loro showroom, cominciando a radicarsi nel territorio, porteranno alla chiusura, o quantomeno, a un notevole ridimensionamento delle rivendite di prodotti nazionali, che per sopravvivere saranno costrette a instaurare con essi rapporti di dipendenza. Mauro Navacchi, Navacchi, Viserba di Rimini (RN)

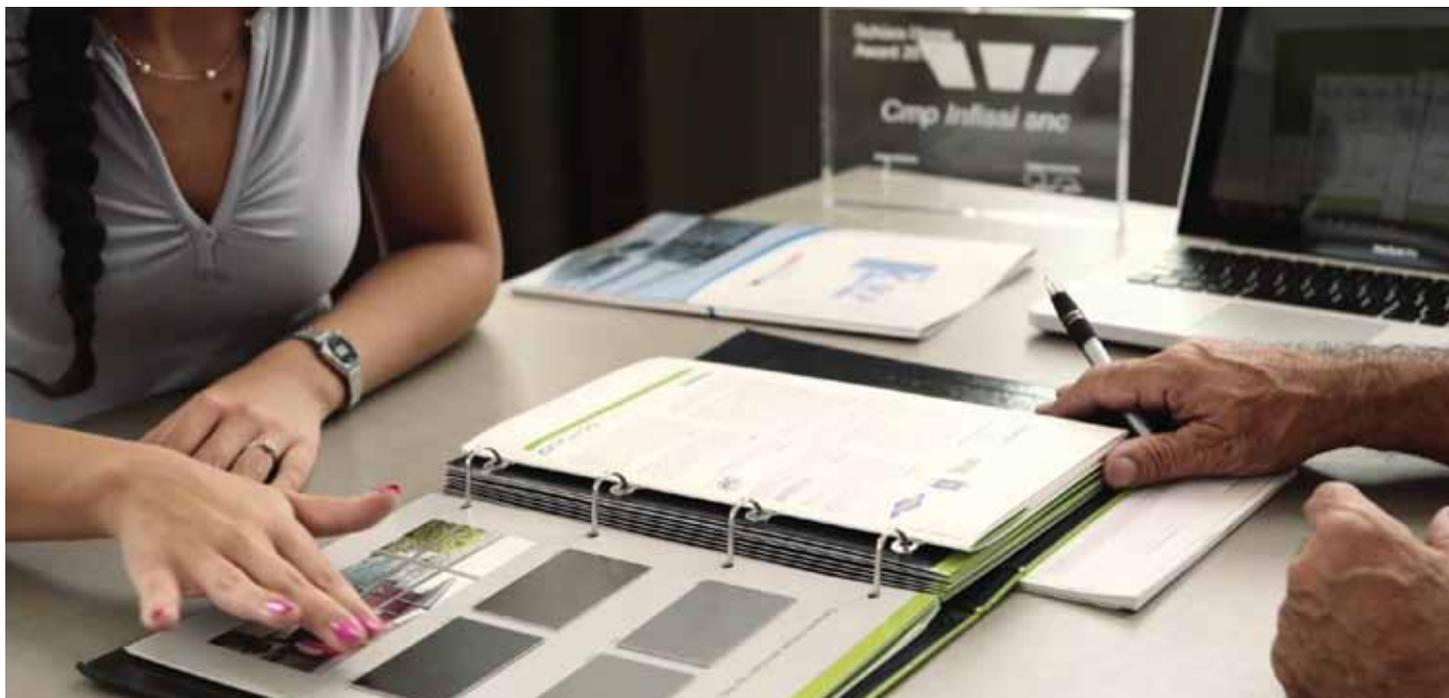


MAURO NAVACCHI

Per le rivendite **il mercato sarà sempre più difficile, visto che al giorno d'oggi i clienti preferiscono fare acquisti su Internet o nei centri commerciali.** A mio avviso, su Internet il serramento può essere solo selezionato a livello tecnico, difficilmente acquistato e installato da parte del privato. Sono convinto inoltre che contattare potenziali clienti nelle aree di grande distribuzione,

Per le rivendite **il mercato sarà sempre più difficile, visto che al giorno d'oggi i clienti preferiscono fare acquisti su Internet o nei centri commerciali.** A mio avviso, su Internet il serramento può essere solo selezionato a livello tecnico, difficilmente acquistato e installato da parte del privato. Sono convinto inoltre che contattare potenziali clienti nelle aree di grande distribuzione,





possa garantire buoni risultati. Giuliano Ongaro, Ongaro Serramentanti, Vicenza



LUCIANO BERTOCCHI

Voglio sottolineare l'incredibile sforzo a cui quotidianamente ci sottoponiamo per mantenere al meglio il livello dell'azienda e dei servizi, come le certificazioni. **Cerchiamo sempre di migliorare il rapporto con i clienti, con impegno e professionalità.** Ma la realtà purtroppo è amara: questa miriade di micro concorrenti emersa negli ultimi anni danneggia il lavoro di persone qualificate ed esperte e non porta alcun miglioramento. Luciano Bertocchi, Poliedil, Bologna



ANTONIO MENEGATTI

Crediamo che si debbano migliorare i punti di forza, ovvero il rapporto con il cliente, i servizi e le competenze, al fine di soddisfare un mercato sempre più esigente. Antonio Menegatti, Portarredo L'Invisibile, Argenta (FE)

Fondamentale il ruolo dello show room: il far vedere e toccare con mano al cliente il prodotto ne facilita la vendita. Proponendogli forme e colori, ma anche illustrando le caratteristiche prestazioni, in un dialogo fatto di contenuti tecnici ed estetici. Il cliente, poi, fa raffronti con altri show room, e tiene in debito conto anche il servizio, pre e post vendita, la posa soprattutto. Importante, poi,

allargare la gamma d'offerta: molto "gettonate", nel nostro caso, schermature solari, porte interne, elementi divisori e parapetti in vetro. Giuliano Somià, Termoidraulica Serramenti Somià, San Nicolò di Comelico (BL)



DARIO RUARO

Negli ultimi anni **stanno sorgendo rivendite improvvisate da posatori in cerca di lavoro o concorrenti esteri che vogliono farsi strada nel nostro mercato secondo la logica del prezzo più basso.** Ma quelle che avranno un futuro sono le rivendite che riescono a dare un valore aggiunto al prodotto che offrono, che sanno scegliere il prodotto giusto per la loro fascia di clienti e aggiungono competenza, assistenza,

consulenza in modo da creare un rapporto di fiducia tra venditore e acquirente. Nonostante sia rivenditore Internorm, vorrei sottolineare l'importanza per una rivendita di offrire una vasta gamma di soluzioni e non concentrarsi solo su un marchio, così da soddisfare ogni esigenza della clientela seguendola nel percorso di scelta e di conseguente acquisto. Dario Ruaro, Ruaro Serramenti, Schio (VI)



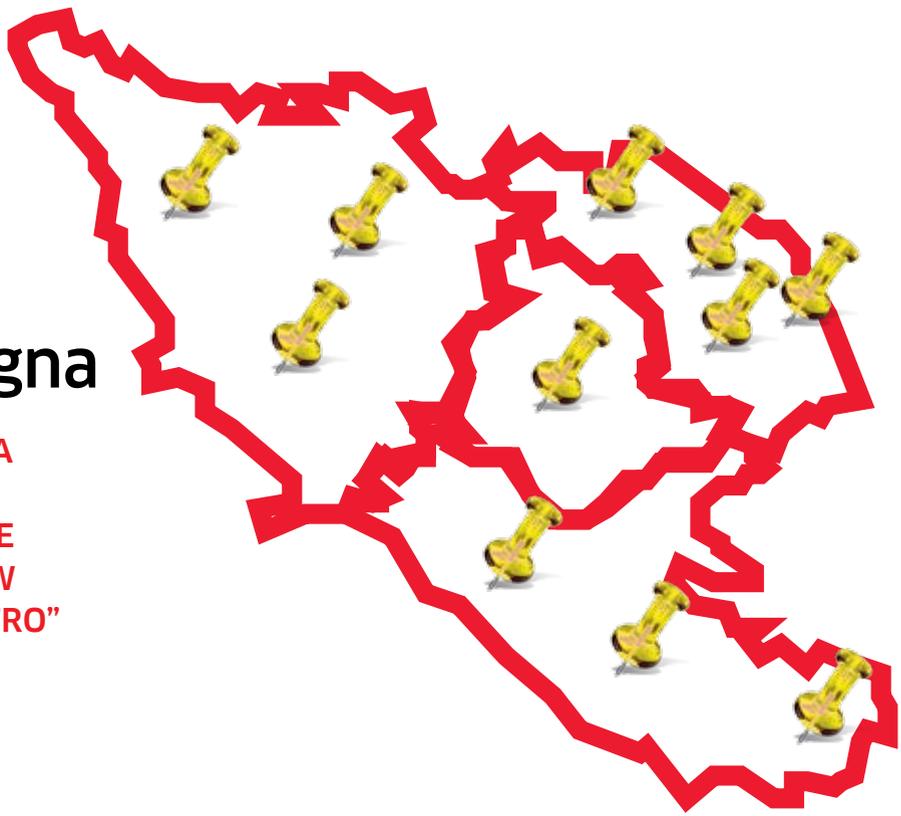
ANGELO ABIUSI

Decisivo il ruolo dello show room, punto di incontro con il cliente privato ed essenziale biglietto da visita aziendale, dove ospitare il prodotto ambientato in un allestimento di pregio. Importante avere una gamma d'offerta articolata: nel nostro caso, oltre ai serramenti, pavimentazioni e finiture d'interni, proponendoci come unico fornitore di un pacchetto diversificato di prodotti. Altro fattore importante: avere personale di vendita tecnicamente preparato, magari affiancato dalla consulenza di un architetto. Angelo Abiusi, Soluzioni Design, Trieste

magari affiancato dalla consulenza di un architetto. Angelo Abiusi, Soluzioni Design, Trieste

Area Centro e Sardegna

“FERMO IL NUOVO, SI LAVORA SULLE RISTRUTTURAZIONI. UN MERCATO AFFOLLATO CHE SPINGE AL RIBASSO. LO SHOW ROOM È UN PUNTO D’INCONTRO”



| | | |
|---|--|--|
|  | Baltera, Roma | Giommi, Fossombrone (PU) |
| | Bianchini Infissi, Città di Castello (PG) | Leta Nicola Porte e Finestre, Aulla (MS) |
| | CMP Infissi, Osimo (AN) | Metalcisterna, Cisterna di Latina (LT) |
| | Diemme Infissi, Lunata (LU) | Mondial Infissi, Albano Laziale (RM) |
| | F.lli Di Pellegrini, Sassari (SS) | Polygon, Magliano di Tenna (FM) |
| | Fratelli Simonetti, Civitanova Marche (MC) | TesseT, Arezzo |

Quale è la situazione dell'edilizia e in particolare quella del settore serramenti nella vostra area?



CLAUDIO BALTERA

La situazione dell'edilizia è molto grave. I principali immobilari e amministratori non si sono resi ancora conto che la strada da intraprendere è quella del recupero del patrimonio esistente e non quella del nuovo, soprattutto se quest'ultimo continua ad essere 'squalificante'. **Il settore serramenti soffre di questa mancanza di indirizzo, dibattendosi in una crisi di numeri e di identità culturale del prodotto.** Claudio Baltera, Baltera, Roma



LORENZA BIANCHINI

Comparto edilizio in grande crisi, che si ripercuote sull'intero settore: alcune aziende serramentistiche storiche sono uscite di scena. **Più ristrutturazioni che nuove costruzioni; alcuni segnali di ripresa, ma ancora troppo deboli.** Concorrenza? Il "serramentista della porta accanto" e aziende estere dai costi di produzione e del lavoro diversi dai nostri. Bisogna far capire al cliente la qualità del prodotto che

acquista - infisso componente del comfort abitativo, non solo bene di utilità, - e che progettazione, produzione, posa e servizio curato direttamente dall'azienda produttrice sono una importante garanzia. **Purtroppo, tra aziende poco strutturate e clienti poco informati, spesso conta il prezzo "in fondo a destra".**

Lorenza Bianchini, Bianchini Infissi, Città di Castello (PG)



DANIELE CAGNONI

Mercato dell'edilizia in leggera ripresa, soprattutto nel settore delle ristrutturazioni. Ma qualcosa si muove anche nelle nuove costruzioni, con orientamento verso edifici innovativi e sostenibili: in una parola, bioedilizia sia in laterizio che in legno. Del resto, **credo che il futuro, anche in questo comparto, sia da declinare all'insegna del "bio".** E questo porterà inevitabilmente a una selezione

dell'intero mondo del serramento, con una crescente richiesta di figure ad alto tasso di competenza, nella produzione e nella rivendita. Daniele Cagnoni, Diemme Infissi, Lunata (LU)

Purtroppo l'edilizia è in piena crisi. Il mercato delle ristrutturazioni, grazie alle detrazioni fiscali del 65% per l'efficienza energetica, si pre-

senta nuovo, vivo e appetibile, il cosiddetto mercato dei privati. Ma il volume d'affari in termini di fatturato e di lavoro è molto diverso rispetto a qualche anno fa. **La flessibilità della produzione è un requisito fondamentale per riuscire a sopravvivere e l'innovazione di prodotto e di processo e le attività di marketing un requisito fondamentale per riuscire a vendere.** Marco Martini, CMP Infissi, Osimo (AN)

Le oscillazioni del mercato immobiliare dipendono dalla crisi economica. E noi, in qualità di serramentisti, ne siamo coinvolti in pieno: **se le case non vengono costruite dove li mettiamo i serramenti?**

Franco Di Pellegrini, F.Ili Di Pellegrini, Sassari



GIACOMO GIOMMI

La 'nuova edilizia', quella che ha come target l'edificazione in buona e ottima categoria di isolamento (Classe A) è in seria difficoltà, in quanto le aziende si trovano costrette ad imparare nuovi sistemi senza ausilio alla transizione e in un contesto legislativo e burocratico piuttosto complicato. **Dopo una lunga crisi, il mondo dei serramenti sembra tornare a mostrare il sereno: anche grazie alle agevolazioni istituzionali e le misure**

come le detrazioni fiscali sui lavori realizzati in favore dell'efficientamento energetico, il mondo dei serramenti ha visto la creazione di nuovi mercati operativi, in particolare per le ristrutturazioni. Al tempo stesso, tali incentivi hanno favorito la nascita di aziende di produzione e commercializzazione di infissi e serramenti, sia monomarca che plurimarca, in gran parte improvvisate e prive della necessaria esperienza diretta e non sempre con la capacità di gestire la qualità, ma creando forte competizione nel mercato, che non ha gli strumenti per interpretare gli abbassamenti di prezzo. Giacomo Giommi, Giommi, Fossombrone (PU)



LETA NICOLA

Mercato dell'edilizia calmo: **va, comunque, abbastanza bene il comparto delle ristrutturazioni di qualità, riferite soprattutto alle abitazioni di pregio,** dove, oltre che i serramenti, noi forniamo anche un pacchetto più articolato, dalle porte interne d'arredo a prestigiose pavimentazioni in legno. Gianfranco Leta, Leta Nicola Porte Finestre, Aulla (MS)



GIOVANNI NOCIONI

Abbastanza fermo il mercato dell'edilizia. Si lavora più sul nuovo: nel nostro caso, una decina di villette a schiera su un piano e piccole palazzine di due, tre piani con dieci, dodici appartamenti. In minor misura le ristrutturazioni: **il 65% attira ancora, otto su dieci dei lavori da noi fatti.** Quanto ai materiali, nelle nuove palazzine vanno gli infissi in legno, mentre nelle ristrutturazioni **va più il**

pvc, quello giocato sul prezzo, spesso una "schifezza totale" che disorienta l'intero mercato. Giovanni Nocioni, Metalcisterna, Cisterna di Latina (LT)

Nelle Marche, il settore dell'edilizia si è trasformato negli ultimi anni, **è sparita la grande impresa lasciando il posto alla ristrutturazione e quindi a un cliente privato molto più attento alla qualità e al servizio.** Per quanto concerne i serramenti in particolare, il cliente è sempre più alla ricerca di un infisso prestazionale e di qualità. Il prezzo è diventato meno importante. Daniele Simonetti, Fratelli Simonetti, Civitanova Marche (MC)



LUIGI PEĐE

Sostanzialmente **fermo il mercato delle nuove costruzioni, mentre si lavora sulle ristrutturazioni.** Motivo? La crisi economico-finanziaria generale che si ripercuote sulla minor disponibilità di spesa da parte dei consumatori, bene casa incluso. Riguardo al mercato dei serramenti, a Roma e provincia c'è una fortissima concorrenza di quelli in pvc a prezzo stracciato, provenienti da Paesi dell'Est Europa. Luigi Peđe, Mondial Infissi, Albano Laziale (RM)



ALVARO LUZI

La situazione della domanda nel settore edile che caratterizza la nostra area di competenza (Adriatica centrale) non mostra significativi segnali di ripresa. **Quasi completamente fermi i settori dell'edilizia sia commerciale che industriale, il poco lavoro soffre di difficoltà finanziarie,** le imprese di costruzione impegnate cercano di farsi finanziare dai fornitori non ricevendo più credito dagli istituti bancari. Permane una forte quantità di invenduto

residenziale, fatto che ha azzerato nella maggior parte delle imprese la disponibilità di cassa. **Unico trend positivo è quello inerente le ristrutturazioni private** stimolate prevalentemente dalla possibilità di recupero fiscale del 65%. Alvaro Luzi, Polygon, Magliano di Tenna (FM)



CORRADO PASQUI

Lavoriamo principalmente nel Centro-sud Italia, la situazione edilizia è **pessima per quello che riguarda le nuove costruzioni** e non si prevedono cambiamenti a breve. **Buona è invece la situazione nel mercato delle ristrutturazioni"**.

Corrado Pasqui, TesseT, Arezzo

Quali sono i fattori critici più acuti?



CLAUDIO BALTERA

La criticità è resa ancora più evidente da una situazione di **mercato incredibilmente affollato, con operatori che continuano a proporre soluzioni al ribasso.** Primi tra tutti i produttori stranieri del pvc che usano gli incentivi fiscali del governo italiano per vendere i loro prodotti.

Claudio Baltera, Baltera, Roma



LORENZA BIANCHINI

Lorenza Bianchini, Bianchini Infissi, Città di Castello (PG)

Per rivitalizzare l'intero comparto, **serve una forte sinergia tra istituzioni locali e rappresentanze imprenditoriali, per riqualificare, anche in senso energetico, edifici e strutture pubblici e privati.** Il cliente punta ad avere un interlocutore unico, sensibile a temi quali risparmio energetico, sicurezza e domotica centralizzata, per cui occorre investire in ricerca e innovazione, per fornirgli prodotti sempre più performanti.

Il fattore critico più acuto è senza dubbio l'**eccessivo indebitamento delle aziende nei confronti degli istituti bancari.**

Marco Martini, CMP Infissi, Osimo (AN)



DANIELE CAGNONI

obbliga chi produce e vende prodotti di qualità a tenerne conto. Daniele Cagnoni, Diemme Infissi, Lunata (LU)

Per quanto riguarda lo specifico del settore serramenti, si assiste a un **mercato dominato da grande "confusione"**. Gli infissi in pvc a basso prezzo di provenienza Est Europa confondono il consumatore. Che, alla fine, non si lascia abbindolare e sceglie il prodotto di qualità, ma, data la ridotta disponibilità di spesa, dopo aver fatto raffronti sulla base, anche se fuorviante, del prezzo. E questo

Il primo aspetto è senza dubbio la concorrenza spietata e sleale dei paesi dell'est dove il costo del lavoro è in rapporto 1:8 rispetto all'Italia. Cosa significa? Se un nostro operaio specializzato ci costa quanto otto operai delle imprese dei paesi dell'est, alla gente non resta che importare i serramenti da quei paesi là. **Qui il costo del lavoro è sempre più alto per tutte le regole che dobbiamo rispettare, evasione compresa, cose che altri paesi non subiscono.**

Franco Di Pellegrini, F.Ili Di Pellegrini, Sassari

Oltre alla flessione del mercato, **il vero problema rimane sempre il credito.** La tendenza, tuttavia, va nella direzione di **pagamenti sempre meno dilazionati e con acconto.**

Daniele Simonetti, Fratelli Simonetti, Civitanova Marche (MC)



GIACOMO GIOMMI

derebbero interventi qualitativi e urgenti, troppo spesso penalizzati da tempi procedurali lunghi. A ciò si aggiunge l'arretratezza delle strutture governative che impedisce tempi operativi adeguati a gestire il lavoro in maniera professionale, senza penalizzare la competitività. Manca infatti una regolamentazione e un corpo normativo di riferimento, e con esso degli organismi di controllo che non si trovino a dover improvvisare. Tutto ciò non permette una chiara differenziazione fra chi lavora bene e conosce il proprio lavoro nei serramenti e chi si improvvisa cogliendo delle opportunità di mercato. Infine, è troppo oneroso ottenere strumenti di qualifica qualitativa, **il mondo delle certificazioni attuale penalizza in maniera esclusiva quei buoni produttori che sono le piccole realtà imprenditoriali.**

Giacomo Giommi, Giommi, Fossombrone (PU)

Innanzitutto promuovere una vera e propria cultura del mondo del serramento, anziché la pubblicità basata sull'evidenziarne i lati in favore di specifici fattori e negando o tacendo le debolezze. La scelta deve essere guida per il cliente, affinché operi una decisione consapevole e adeguata al caso specifico. Inoltre, la burocrazia imperante che resiste anche a una legislazione favorevole, e al degrado delle strutture che richie-



LETA NICOLA

Insomma, alcuni arrivano e fanno di tutto, con pacchetti "all inclusive": con quali risultati lo lascio immaginare, soprattutto in fatto di posa e post vendita. Fattori, questi, che ci toccano poco, lavorando nel residenziale privato di qualità. Gianfranco Leta, Leta Nicola Porte Finestre, Aulla (MS)

Punto critico del settore serramenti è costituito non solo dal prezzo estremamente competitivo - addirittura stracciato nei prodotti di pessima qualità - degli infissi in pvc di provenienza Est Europa, ma anche dal fatto che oggi gli **infissi vengono proposti dai più disparati e improvvisati soggetti: dai magazzini edili ai negozi di ferramenta, fino, addirittura, agli impiantisti elettrici.**



GIOVANNI NOCIONI

anche per altri motivi, ovviamente, chiudono bottega, trasformandosi in venditori e posatori. Stupisce, al riguardo, che le associazioni di settore non facciano la voce grossa.

Giovanni Nocioni, Metalcisterna, Cisterna di Latina (LT)

Un problema di non poco conto, nelle sostituzioni dei serramenti, è la ritenuta passata dal 4 all'8%, un prestito forzoso che noi facciamo allo Stato. E che crea problemi a tutte le aziende serramentistiche: nel caso della mia, di taglia medio-piccola, mi impediscono, ad esempio, di investire diversamente tale capitale; nel caso dei piccoli artigiani, poi, può pregiudicarne la stessa esistenza. Alcuni, infatti,





LUIGI PEĐE

Per quanto riguarda i punti critici del mercato del serramento, due osservazioni. Nella fascia media, **la concorrenza del pvc low cost inizia a dare un po' di fastidio al serramento di qualità** - noi siamo anche produttori di serramenti di qualità in alluminio monomarca: la cosiddetta classe media ha meno soldi in tasca e la tentazione del prezzo è molto forte. Relativamente alla fascia alta del mercato, che per noi significa le vie più prestigiose di Roma e i famosi Colli e clientela ad alto reddito, nessun problema (anzi!), ma si tratta di **clienti raggiunti tramite un network di architetti non attraverso lo show room.**

Luigi Peđe, Mondial Infissi, Albano Laziale (RM)



ALVARO LUZI

Soffriamo non poco per la concorrenza di serramenti (ready made) provenienti da Polonia e Romania. In aggiunta alle quotazioni di per sé già aggressive, si aggiunge l'esenzione Iva su quanto acquistato. Alvaro Luzi, Polygon, Magliano di Tenna (FM)



CORRADO PASQUI

Le maggiori criticità stanno: nella concorrenza estera. **Per proteggere il settore, se riuscissimo a limitare l'importazione di serramenti dall'estero, le aziende italiane potrebbero avere un carico di lavoro più rassicurante;** nella **manca di liquidità del settore:** ormai gli istituti di credito difficilmente finanziano le piccole e medie aziende; nella solvibilità della clientela. C'è sempre il dubbio di andare a prendere un

cliente poco solvibile oltre a uno snervante controllo continuo sullo stato dei clienti acquisiti". Corrado Pasqui, TesseT, Arezzo (AR)

Quali prospettive si aprono per il settore delle rivendite?



CLAUDIO BALTERA

Le rivendite che non saranno, o meglio che non sono capaci di trovare un'identità culturale e una consapevolezza dell'importanza del ruolo che svolgono, sono destinate a essere cancellate dai grandi operatori della distribuzione (come Leroy Merlin... o da operatori 'fantasma' che, a costi bassissimi, vendono direttamente all'utente finale. **Molto presto le grandi aziende di produzione, persistendo il calo dei fatturati, cercheranno come già succede in alcune aree, di azionare la vendita diretta, bypassando il rivenditore.** La strada da seguire è quella della iper-specializzazione per essere identificati come professionisti che curano l'efficientamento energetico delle abitazioni attraverso i serramenti e incrementare il valore del 'foro' con tutta una serie di prodotti e soluzioni proiettate a tal fine. Claudio Baltera, Baltera, Roma



LORENZA BIANCHINI

Lo show room oggi non è solo una "vetrina", ma punto di incontro tra cliente e professionisti del settore in grado di rispondere a ogni sua richiesta. Da anni, Bianchini Infissi ha investito nell'apertura di propri punti vendita e anche di rivendite, da noi definiti "centri del serramento" che, oltre all'infisso tradizionale, propongono tutti i complementi - porte, portoni, avvolgibili, zanzariere, sistemi d'allarme e, da quest'anno, anche cappotti di rivestimento - e dove noi organizziamo eventi in collaborazione con aziende di settori diversi, come "Porte aperte all'eccellenza". Obiettivo? Renderli luoghi di incontro e confronto. Lorenza Bianchini, Bianchini Infissi, Città di Castello (PG)

E' difficile parlare di prospettive, la concorrenza di prodotti di bassissima qualità provenienti dall'est Europa sta danneggiando il nostro settore. Vitale avere, per un'azienda che vende e produce serramenti, uno showroom dove esporre i propri prodotti. Per un potenziale cliente vedere, toccare con mano ed emozionarsi davanti al prodotto che poi comprerà, è il fattore che più incide sul processo decisionale di acquisto. Il venditore dovrà essere capace di far emozionare il cliente puntando sulle caratteristiche (tecniche e di design) che distinguono il nostro serramento dagli altri. Marco Martini, CMP Infissi, Osimo (AN)



DANIELE CAGNONI

Essenziale la funzione dello show room, che deve essere tecnicamente competente e attivo. Nel senso che non può più limitarsi a esporre il prodotto nudo e crudo, anche se ambientato in allestimenti suggestivi (fattore importante, beninteso), ma deve proporlo come **un componente complesso e dalle molte funzioni all'interno del sistema casa. Insomma, la "finestra 2.0", ricca di automazione e domotica.** Importante il fattore "green": non a caso trainanti sono le schermature solari, dai frangisole alle pergolende, alle coperture bioclimatiche a lamelle orientabili. Prodotti che attirano il cliente e che incidono non poco sullo stesso fatturato del punto vendita. Daniele Cagnoni, Diemme Infissi, Lunata (LU)

Non c'è domanda, il lavoro è poco, personalmente faccio fatica a portare avanti la ristrutturazione all'interno della mia azienda. L'unica



soluzione è sperare nel cambio generazionale, incoraggiando figli e nipoti, siamo noi che dobbiamo aiutarli nella speranza che, muovendosi l'edilizia, si possa rimettere in moto tutta l'economia.

Franco Di Pellegrini, F.Ili Di Pellegrini, Sassari

E' importante una vera e propria trasformazione delle rivendite per essere al servizio delle esigenze del privato a 360 gradi, senza tralasciare la progettazione e il post vendita. La nostra azienda ha 14 punti vendita + 3 outlet e riesce a servire il cliente e quindi il cantiere dalla A alla Z (dal ferro lavorato fino all'arredamento e alle liste nozze). Daniele Simonetti, Fratelli Simonetti, Civitanova Marche (MC)



GIACOMO GIOMMI

Concentrare le forze delle diverse aziende e fare leva su chi ha maggior capacità di mercato, ad esempio essendo in grado di sostenere i costi di operazioni di internalizzazione. La rivendita è un ottimo sbocco ma ha carattere ambivalente e può generare tiri franchi: **iniziative come le detrazioni fiscali o la promozione della Casa Passiva possono trainare il mercato ma andrebbe rafforzato il discorso generale che regola le ristrutturazioni e l'efficientamento energetico in modo che ne benefici tutto il settore** e non solo il singolo che sfrutta l'onda. Giacomo Giommi, Giommi, Fossombrone (PU)



LETA NICOLA

Decisiva la funzione dello show room. **Tratti essenziali: immagine accattivante, prodotto ambientato in interni eleganti, gestito da personale tecnicamente competente, anche con uno spiccato "gusto arredo", in grado di consigliare abbinamenti coordinati con i differenti stili dello spazio casa.** Ma ricordiamoci che alla base c'è il servizio: dalla progettazione all'assistenza e manutenzione, con la centralità della posa qualificata: la nostra è certificata ift Finstral e siamo azienda partner PosaClima. Importante sfruttare la rete: occorre lavorare molto sul sito web, di facile fruibilità e ricco di informazioni e immagini di realizzazioni, oltre a utilizzare social network e blog. Gianfranco Leta, Leta Nicola Porte Finestre, Aulla (MS)



GIOVANNI NOCIONI

Allo show room è attribuibile il 70% delle vendite: il cliente vede, tocca con mano, riceve informazioni tecnico-prestazionali sul prodotto, necessarie non solo per il cliente anziano, in genere poco o per niente informato, ma anche per quelli giovani, che sanno qualcosa, ma non più di tanto. Importante il sito web, dove dici chi sei e fai vedere, nelle gallerie di immagini, cosa hai già fatto. In ogni caso, conta il contatto diretto, personale, trattandosi di un prodotto complesso, costoso, certamente non vendibile on-line e neanche a fronte del semplice listino. Giovanni Nocioni, Metalcisterna, Cisterna di Latina (LT)



LUIGI PEĐE

Lo show room è il futuro del serramento. L'azienda senza show room difficilmente può lavorare. Il piccolo serramentista o è specializzato in un prodotto artigianale di nicchia oppure deve cambiar mestiere: molti fanno i posatori oppure, come nel nostro caso, vivono di piccole commesse che noi gli giriamo. Lo show room deve essere attrattivo, emozionale, allestito con eleganza, deve far toccare con mano e spiegare il prodotto. Ma anche spazio di servizio: noi organizziamo corsi di formazione interna e anche rivolti ad altri show room nostri clienti, cui forniamo prodotti particolari. Fattore decisivo **diversificare la gamma d'offerta:** noi proponiamo anche pergolende, frangisole, arredi per l'outdoor, fino alla domotica, prodotti trainanti per il "tradizionale" pacchetto porte e finestre.

Luigi Peđe, Mondial Infissi, Albano Laziale (RM)



ALVARO LUZI

Per il settore delle rivendite, l'unica prospettiva sostenibile è quella di difendere il Made in Italy dato che nel residenziale conta ancora molto la garanzia, il post vendita e l'assistenza. Ma soprattutto è indispensabile avere all'interno della rivendita personale preparato non solo sui serramenti ma anche sui sistemi di sicurezza, sulle porte interne che costituiscono un mondo a parte e sui complementi di arredo. Senza dimenticare gli aspetti umani, quali accoglienza, cortesia e totale disponibilità alle più disparate richieste. Alvaro Luzi, Polygon, Magliano di Tenna (FM)



CORRADO PASQUI

Produciamo serramenti in pvc esclusivamente per le rivendite o piccoli serramentisti. **Quelle più conosciute che si sono strutturate e danno un buon servizio al cliente finale, non hanno problemi a vendere il prodotto italiano e fanno profitti più che dignitosi.** Purtroppo, la chimera del prezzo più basso, del prodotto estero per non perdere la vendita, spesso le coinvolge e rende irresistibile l'acquisto fuori nazione. Corrado Pasqui, TeseT, Arezzo (AR)

Area Sud e Sicilia

“INCREMENTO DEL PVC, TANTE PICCOLE COMMESSE, CONCORRENZA SPIETATA. LO SHOW ROOM È COME UN TAXI PER UN TASSISTA. OCCORRE UNA COMUNICAZIONE INTELLIGENTE”



Alluminium Lo Vasco, Palma di Montechiaro (AG)
 Alusystem, Siderno (RC)
 Barba Serramenti, Mussomeli (CL)
 Bernocchi Infissi, Torrevicchia Teatina (CH)
 Co.Me.T, Ragusa
 Franchitti Interiors, Venafro (IS)
 Idea Arredo, Termoli (CB)
 Indoor Porte e Finestre, Pescara

Infissi Alberti, Villa d'Agri (PZ)
 Infissi La Macchia, Zapponeta (FG)
 Maffei Sistemi, Benevento
 Mazzarelli, Castellana Grotte (BA)
 Palazzolo PM Group, Cinisi (PA)
 Project Profili, Andria (BT)
 Stabia Alluminio, Salerno

Quale è la situazione dell'edilizia e in particolare quella del settore serramenti nella vostra area?



COSIMO COMISSO

Il mercato dell'edilizia è abbastanza fermo. **Prevalgono gli interventi di ristrutturazione di edifici esistenti, mentre, per quanto riguarda le nuove costruzioni, si tratta quasi esclusivamente di piccole abitazioni, di metratura limitata.** Una situazione legata alla crisi generale in cui versa il Paese, con le conseguente ridotta capacità di spesa da parte delle famiglie.

Cosimo Comisso, Alusystem, Siderno (RC)



MARIO BARBA

Un drastico rallentamento quello che caratterizza il mercato dell'edilizia. **Settore trainante quello delle ristrutturazioni.** Per quanto riguarda la quota residua e marginale delle nuove costruzioni, si tratta di piccole villette o piccoli appartamenti. Non esiste più la generazione che acquistava una casa anche per i figli o per i nipoti, anche per il carico fiscale dell'Imu sulle seconde case. Mario Barba, Barba Serramenti, Mussomeli (CL)



GIUSEPPE LO VASCO

La contrazione generale del mercato dell'edilizia porta a due "realità": **nelle nuove costruzioni esiste una domanda riguardante soltanto edifici di lusso, tipo ville per intenderci; nelle ristrutturazioni, poche sono le commesse, a motivo sia delle difficoltà economiche della famiglia media, sia di una diffusa incertezza determinata da un clima psicologico a tinte grigie, forse più grigie del dovuto.** Non

a caso, tale "sentiment" riguarda non solo operai, cassintegrati e lavoratori autonomi in difficoltà, ma anche la fascia di dipendenti pubblici a reddito ancora garantito. Giuseppe Lo Vasco, Alluminium Lo Vasco, Palma di Montechiaro (AG)



UGO BERNOCCHI

Critico il mercato dell'edilizia: **ferme le nuove costruzioni, un po' di vita, invece, nelle ristrutturazioni,** prevalentemente piccoli lavori, con alcuni interventi di nicchia nelle abitazioni di pregio, tipo ville. Ugo Bernocchi, Bernocchi Infissi, Torrevicchia Teatina (CH)



EMANUELE CAPPELLO

Nonostante segni il passo rispetto ai "bei tempi", il mercato delle costruzioni, 2015 su 2014, ha registrato qualche **piccolo segnale di ripresa, tuttora in corso: nelle ristrutturazioni si lavora, qualcosa anche nel nuovo**, soprattutto palazzine e villette realizzate da cooperative edilizie. Di grossi lavori, comunque, neanche l'ombra. Emanuele Cappello, CO.MET., Ragusa



ANTONIO CORROPPOLI

L'edilizia è ormai ferma da qualche anno, in quanto gli appalti per la costruzione di nuovi edifici sono praticamente inesistenti e spesso localizzati per ragioni di abbattimento dei costi. **Negli ultimi 5 anni l'attenzione si è spostata al mercato della rinnovazione, del restauro e del recupero di vecchi edifici.** Il trend è cambiato anche dal punto di vista delle attese della clientela e

dell'offerta: una evoluzione forte per cui **il cliente ha esigenza di capire e necessita di figure professionali che lo guidino all'interno del percorso, nella scelta delle proprie soluzioni.**

Antonio Corroppoli, Idea Arredo, Termoli (CB)



ALESSANDRO VALERIO

Mercato dell'edilizia quasi fermo nelle nuove costruzioni: **molto l'invenduto che pesa sulle imprese**, avendo costruito forse troppo negli anni passati, magari in aree periferiche poco appetibili. Analogo l'andamento del mercato immobiliare: poche compravendite e prezzi ribassati. **Positivo, invece, il trend delle ristrutturazioni.** Alessandro Valerio, Indoor Porte e Finestre, Pescara



GUIDO ALBERTI

Il mondo delle costruzioni sta vivendo un periodo difficile. Si comincia a intravedere qualche piccolo segnale di ripresa nelle nuove costruzioni: appartamenti di piccolo taglio, attorno agli 80 metri quadrati, e anche qualche mansarda. Le ristrutturazioni vanno un po' meglio, ma, anche in questo caso, pochi sono i lavori importanti. Riguardo alla detrazione fiscale del 65%, se anni

addietro era un fattore decisivo per le commesse di rinnovo, oggi lo sono molto meno, nel senso che non c'è più la corsa entro la scadenza di fine anno, perché ci si attende la "solita" proroga. **Nessuno butta via il 65%, ma si ristruttura perché lo si è deciso indipendentemente da tale benefit fiscale, più che ben accetto, beninteso.** Guido Alberti, Infissi Alberti, Villa d'Agri (PZ)

La crisi economica, non ha certo risparmiato il Molise ed in particolare l'edilizia, che rappresentava uno dei principali settori

trainanti dell'economia regionale. Basti pensare che negli ultimi 7 anni il settore edile ha avuto una perdita del 50% degli addetti ai lavori, con conseguente chiusura o ridimensionamento anche di molte attività dell'indotto, comprese le aziende operanti nel settore dei serramenti. **Molte aziende sono state costrette a chiudere o ridimensionarsi, mentre i rivenditori di infissi blasonati, seppur a fatica, riescono a lavorare grazie alla proroga della detrazione fiscale del 65%.**

Antonio Franchitti, Franchitti Interiors, Venafro (IS)



MICHELE LA MACCHIA

Mercato double face quello delle costruzioni: **al palo le nuove costruzioni, abbastanza bene le ristrutturazioni.** Frutto della crisi generale che ha tartassato non poco le imprese edilizie. Strettamente legato e analogo il trend dei serramenti: in Puglia, mercato in cui giochiamo in casa, e in Lombardia e Piemonte, dove abbiamo commesse essendo anche produttori, si opera abbastanza bene puntando sul prodotto di qualità.

Michele La Macchia, Infissi La Macchia, Zapponeta (FG)



CARMINE MAFFEI

Le ristrutturazioni godono di buona salute. E **anche nelle nuove costruzioni si avverte quale segnale di ripresa: ville private, piccoli appartamenti e palazzine di sei, otto appartamenti.** Per chi ha denaro da spendere, **il "bene casa" rappresenta ancora una destinazione privilegiata.** Carmine Maffei, Maffei Sistemi, Benevento



DOMENICO MAZZARELLI

Il mercato dell'edilizia si presenta come realtà a due facce: sostanzialmente ferme le nuove costruzioni, mentre si stanno muovendo gli interventi nel campo delle ristrutturazioni. E questo ha un riscontro quasi speculare per quanto riguarda i serramenti, almeno nel nostro caso: soddisfacente il 2015 e sulla stessa linea si prospetta il 2016, addirittura con qualche anticipo sul pianificato.

Domenico Mazzarelli, Mazzarelli, Castellana Grotte (BA)



GIUSEPPE PALAZZOLO

Decisamente critica la situazione del mercato dell'edilizia, che vede in stallo le nuove costruzioni, mentre **le ristrutturazioni sono quelle che danno lavoro.** Per quanto riguarda il mercato dei serramenti, negli ultimi anni si è assistito a una **crescente attenzione, da parte del cliente, alle caratteristiche tecnico-prestazionali del prodotto**, con particolare

riferimento al risparmio energetico. La richiesta punta, quindi, sul prodotto di qualità. Relativamente ai materiali: bene il serramento in alluminio; in notevole crescita - un boom per le nostre parti, sarei tentato di definirlo - quello in pvc; un piccolo ritorno dell'infisso in legno.

Giuseppe Palazzolo, Palazzolo PM Group, Cinisi (PA)



VITO LAMPO

Il mercato dell'edilizia vede qualche piccola ripresa nelle nuove costruzioni: villette e anche palazzine di sei, sette appartamenti; si tratta, comunque, di investimenti limitati, in un contesto di scrematura delle imprese di costruzione, lasciando spazio solo a quelle che lavorano bene. **Buono il trend delle ristrutturazioni,** favorite dalla detrazione del 65%, nonostante la ritenuta d'acconto, per noi produttori, sia passata dal 4 all'8%

(tanto per incentivare la ripresa del settore...).

Vito Lampo, Project Profili, Andria (BT)



NELLO CASCONI

Batte la fiacca l'intero mondo dell'edilizia: nel nuovo come nelle ristrutturazioni. Le imprese di costruzione hanno il fiato corto e, nonostante, alcuni segnali di timidi cenni di ripresa, la situazione è a dir poco difficile".

Nello Cascone, Stabia Alluminio, Salerno

Quali sono i fattori critici più acuti?



GIUSEPPE LO VASCO

Sul fronte dei serramenti, **poca domanda e troppa offerta, quest'ultima spesso di bassa lega e a prezzo stracciato.** E mi riferisco non solo a certo pvc proveniente dall'Est Europa. Come andrà a finire? Una cosa è certa: il prodotto scadente, alla lunga, non paga mai. Non a caso, il nostro fatturato, anche in tempo di crisi, puntando sulla qualità, nel 2015 ha segnato più 25% sul 2014.

Giuseppe Lo Vasco, Alluminium Lo Vasco, Palma di Montechiaro (AG)



COSIMO COMISSO

Riferendoci all'area serramenti, anche qui si incontrano delle difficoltà, ma in modo differenziato: **incremento costante del pvc, caratterizzandosi per elevate prestazioni - parlo, ovviamente, del pvc di qualità -, ma a un prezzo più basso rispetto all'alluminio,** materiale, quest'ultimo, che ne risente abbastanza. Certo, il settore alluminio, nel suo complesso, qualche "colpa" ce



l'ha, dimostrandosi non all'altezza in fatto di promozione e comunicazione del prodotto, risultando abbastanza fermo ai bei tempi andati. A Pasqua, ad esempio, ho assistito a un evento organizzato di Oknoplast per i suoi dieci anni di presenza sul mercato italiano: una **promozione coi fiocchi, ben organizzata, con show room, venditori e protagonisti del settore coinvolti con intelligenza.** Purtroppo, il serramentista artigiano d'alluminio magari sa costruire bene, ma spesso non sa vendere".

Cosimo Comisso, Alusystem, Siderno (RC)



MARIO BARBA

Riguardo al mercato del serramento, la nostra azienda è abbastanza in controtendenza. Nel 2015, abbiamo incrementato il giro d'affari di circa il 20% sull'anno precedente, proseguendo **un trend positivo che ci accompagna da diversi anni.** Tra i motivi, l'aver diversificato l'offerta. Alle porte interne e finestre, abbiamo aggiunto, ad esempio, portoncini esterni e porte

blindate: un prodotto, quest'ultimo, che incontra una domanda, grazie alle accresciute esigenze di sicurezza.

Mario Barba, Barba Serramenti, Mussomeli (CL)



UGO BERNOCCHI

Una realtà che si rispecchia nel mondo del serramento. Piccole commesse: se un tempo chi faceva una stanza in più cambiava tutte le porte interne, oggi installa soltanto quella nuova, magari solo "simile" alle altre; in periodi di crisi, di incertezza generale e timore diffuso verso il futuro, il prezzo conta moltissimo. Il mondo del serramento sta cambiando.

Pvc materiale dominante, alluminio ai minimi storici. Fattore critico il prezzo: dall'Est Europa, con prodotti non solo di bassa lega - ne arrivano, tra l'altro, anche dal Marocco -, ma anche di buona qualità, competitivi per costo del lavoro e livello di tassazione inferiori.

Poi, c'è la **concorrenza di ex artigiani serramentisti,** che ven-

dono e posano, quando non han chiuso bottega. Noi, che siamo una sas ben strutturata, puntando su prodotti di qualità, riusciamo sì a lavorare, ma con utili ridotti.

Ugo Bernocchi, Bernocchi Infissi, Torrevecchia Teatina (CH)

I fattori critici possono essere ricercati prevalentemente nella **contrazione dell'edilizia e relativa disoccupazione, pari al 15%, che genera emigrazione verso paesi del nord e verso paesi esteri.**

Antonio Franchitti, Franchitti Interiors, Venafrò (IS)



EMANUELE CAPPELLO

Quanto al mercato dei serramenti, nelle ristrutturazioni residenziali **un fattore di spinta è ancora la detrazione del 65%**. Nel nostro caso, quasi il 70% dei lavori riguarda l'alluminio, mentre l'alluminio-legno va di meno, essendo un po' costoso. Il pvc inizia a "disturbare", anche se, data la richiesta, noi stessi abbiamo inserito infissi in tale materiale, ma solo di qualità. I piccoli serramentisti, non strutturati, incontrano delle difficoltà: per loro, infatti, non è facile adeguarsi agli attuali input in fatto di qualità e certificazione. **Un po' di confusione è creata, comunque, dalla ampia forbice di prezzo, fattore concorrenziale legato alla crisi, che finiscono col disorientare il cliente finale.** Noi, tutto sommato, lavorando molto con gli architetti e puntando al prodotto medio-alto, siamo abbastanza soddisfatti. Emanuele Cappello, CO.MET., Ragusa



ANTONIO CORROPPOLI

Il punto di maggior criticità è strettamente legato alla mobilità più che alla utilizzabilità del sistema finanziario. **Se i sistemi bancari non immettono liquidità sul mercato, i costi della vita, oramai diventati 'mastodontici' e l'iper-tassazione non possono che contribuire al rallentamento e alla staticità del mercato.** Questa problematica si avverte anche col credito al consumo: cambiata la meritocrazia, l'accesso al credito è diventato più restrittivo e complesso.

Antonio Corroppoli, Idea Arredo, Termoli (CB)



ALESSANDRO VALERIO

Protagonista il ruolo dello show room: forte impatto di immagine, in modo da "colpire" il cliente; ampia gamma d'offerta oltre i tradizionali serramenti, dalle porte di design al mondo del parquet e della boiserie; da noi, forte interesse per l'area sicurezza, porte, grate e persiane blindate -; personale tecnicamente competente, perché il cliente, se spende 10 o 20 mila euro, vuol sapere tutto del prodotto. Importante, poi, la rete: dal sito web ben strutturato ai social network".

Alessandro Valerio, Indoor Porte e Finestre, Pescara



GUIDO ALBERTI

Problemi specifici del mercato del serramento? Quello principale è presto detto: **oggi è molto difficile vendere la qualità, perché dietro l'angolo c'è sempre il prodotto giocato sul prezzo.** E la qualità ha un prezzo. E richiede investimenti in tecnologia che il piccolo serramentista non strutturato non può permettersi. Noi, comunque, pur puntando sulla distribuzione, abbiamo mantenuto l'officina quale patrimonio di tecnologia serramentistica, con cui realizziamo, oltre ai serramenti di nostra produzione, anche particolari tecnico-costruttivi richiesti dall'architetto progettista. Una carta in più per vendere in periodi di crisi.

Guido Alberti, Infissi Alberti, Villa d'Agri (PZ)



MICHELE LA MACCHIA

Nel merito dei serramenti: **compra chi ha soldi puntando al prodotto di fascia medio-alta e alta, ritenendo l'infisso un componente importante della casa, che deve durare nel tempo coniugando estetica e prestazioni.** Il cliente tipo del ceto medio si è diradato, per la ridotta capacità di spesa. Futuro del settore: il serramentista vecchia maniera è destinato a scomparire, non poche difficoltà per quelli troppo grandi, spazio per quelli molto specializzati. Materiale più richiesto: alluminio/legno; nelle due citate regioni del Nord va bene anche l'acciaio.

Il pvc di bassa qualità proveniente dall'Est Europa non ci disturba, non essendo competitivo col nostro target.

Michele La Macchia, Infissi La Macchia, Zapponeta (FG)



CARMINE MAFFEI

Sul fronte dei serramenti, il pvc è il materiale più richiesto, si assiste a una ripresa del legno/alluminio, mentre l'alluminio e il legno/alluminio vanno poco. Riguardo ai prodotti, le porte interne in legno sono poco richieste, crescono quelle in laminato di qualità. **Il serramento è ritenuto comunque un prodotto importante (durata nel tempo, risparmio energetico), nei cui confronti c'è una predisposizione a spendere.**

Carmine Maffei, Maffei Sistemi, Benevento



DOMENICO MAZZARELLI

Il nostro core business è focalizzato sul mercato del "premium", vale a dire legno/alluminio, oltre a proporre Pvc/alluminio, Pvc, legno. Il cliente che coglie la qualità del prodotto, cerca comunque di risparmiare un po', magari limitandosi nella scelta delle colorazioni esterne, o rinunciandovi. Nel Pvc c'è un po' di tutto, soprattutto in fatto di concorrenza sul prezzo degli infissi provenienti dall'Est Europa. Ma il cliente

crede nella qualità, nel servizio per e posto vendita, nella posa fatta a regola d'arte. Noto, a volte, una "stranezza": **mentre il cliente con minor capacità di spesa magari compra di meno ma compra, quello di fascia sociale medio-alta a volte non chiude il contratto perché non vuol spendere, il che significa che non ha capito il prodotto ed è privo di una cultura del serramento.**

Domenico Mazzarelli, Mazzarelli, Castellana Grotte (BA)



GIUSEPPE PALAZZOLO

Un nodo critico fondamentale, per quanto riguarda i serramenti, è la **disponibilità a spendere da parte del cliente, che cerca un prodotto qualitativamente perfetto, esigenza che si scontra, appunto, con le "tasche" sguarnite.**

E comprimere al massimo il rapporto qualità/prezzo non è facile: il costo dell'alluminio, ad esempio, e degli accessori è aumentato, come quello della manodopera qualificata.

Non a caso, si sta verificando una selezione naturale tra tanti piccoli serramentisti.

Giuseppe Palazzolo, Palazzolo PM Group, Cinisi (PA)



VITO LAMPO

Il mercato del serramento ha subito analogia trasformazione: **selezione dei produttori, alcuni hanno cambiato mestiere, dedicandosi alla commercializzazione del prodotto.** Quanto ai materiali, il pvc va bene, grazie al buon rapporto tra qualità, prestazioni e prezzo. Il serramento in alluminio/legno tiene. Un po' di confusione è creata da certo pvc proveniente dall'Est

Europa: ovviamente, quello di bassa qualità e prezzo stracciato, perché ne arriva anche di buona qualità.

Vito Lampo, Project Profili, Andria (BT)



NELLO CASCONE

Riguardo al mercato del serramento - noi siamo anche produttori con alcune commesse nel Nord Italia -, nel nuovo c'è, un po' ovunque, una concorrenza decisa sul prezzo. Nelle ristrutturazioni, poi, e qui mi riferisco al mercato della Campania, **la detrazione del 65% attira poco: se si pensa che quanti possono investire nelle sostituzioni hanno almeno 65 o anche oltre i 70**

anni e che il bonus fiscale viene spalmato in 10 anni, la conclusione è presto tratta. Diverso, forse, il discorso nei grossi centri urbani. In merito ai materiali: nella fetta di Sud da noi servita, bene l'alluminio/legno e sta prendendo piede il legno/alluminio: qui, la tradizione della "casa" è molto sentita e molto apprezzato è il misto, purché con legni nobili; al Nord, forse, si preferisce il week end al serramento che costa un po' di più. **Difficile il futuro del serramento, soprattutto per i piccoli serramentisti che spesso faticano a incassare.**

Nello Cascone, Stabia Alluminio, Salerno

Quali prospettive si aprono per il settore delle rivendite?



GIUSEPPE LO VASCO

Essenziale la funzione dello show room: biglietto da visita e immagine dell'azienda, uno "spazio vetrina" progettato con eleganza - il nostro viene visto come atelier d'alto livello -, con alle spalle una serietà e una credibilità collaudate nel tempo.

Importante che il personale addetto sia professionale, in grado di rispondere alle domande del cliente, oggi molto informato, su

materiali costruttivi, contenuti tecnici e prestazioni. Posa e assistenza post vendita fattori decisivi. E che lo show room conti lo dimostra un dato: dei circa 60 preventivi al mese da noi fatti, non tutti diventano ordini, ma il **contatto nasce proprio nello show room.** Giuseppe Lo Vasco, Alluminium Lo Vasco, Palma di Montechiaro (AG)



COSIMO COMISSO

Penso che il futuro dello show room coincida col futuro del mercato del serramento:

un negozio con spazi ben progettati, accattivante dal punto di vista estetico, ben arredato, in grado di comunicare il prodotto e di "emozionare" il cliente. Alluminio o pvc che sia, **ritengo che l'artigiano che vende sia una figura destinata a scomparire.** Cosimo Comisso, Alusystem, Siderno (RC)



MARIO BARBA

Lo show room, la rivendita ritengo siano decisivi per assicurare un futuro al mondo del serramento. Sono come il taxi per il tassista, senza il quale si sta a casa.

Show room elegante, curato esteticamente, che propone il prodotto in eleganti ambientazioni. Insomma, uno spazio che deve non solo mostrare il prodotto spiegandone struttura, componenti e caratteristiche, ma che deve

anche suscitare emozioni nel cliente. Noi, ad esempio, nel nostro show room, abbiamo allestito una casa in "carne e ossa", riproducendo perfino la via su cui si affaccia e con tanto di giardino. Il cliente la vede fuori ed entra all'interno. E il giardino, anche se a casa sua non c'è, crea una emozione e soddisfa un suo desiderio. Mario Barba, Barba Serramenti, Mussomeli (CL)



UGO BERNOCCHI

Indispensabile lo show room, ne abbiamo uno prestigioso anche a Montesilvano (PE), immagine dell'azienda: seduttivo per attirare cliente, prodotti ambientati in interni eleganti, personale competente, i nostri "uomini" seguono periodici corsi di formazione presso aziende leader da noi distribuite. Poi, **gamma d'offerta diversificata,** ospi-

tando anche soluzioni coordinate d'arredo per offrire al cliente medio-alto, spesso accompagnato dall'architetto, prodotti di nicchia. **Decisiva la presenza in rete, sito web e social network, dove spesso avviene il "primo contatto" con il cliente.**
Ugo Bernocchi, Bernocchi Infissi, Torrevecchia Teatina (CH)



EMANUELE CAPPELLO

Importante il ruolo dello show room: il cliente vuole vedere il prodotto "in diretta". C'è chi conosce il serramento e chi no, ma da noi, offrendo un prodotto di qualità, nel 70% dei casi il cliente viene accompagnato dall'architetto: quindi, anche se poco informato, ha le "spalle coperte". Per promuovere prodotto e negozio il sito web è un fattore d'attrazione essenziale: importante

mostrare le realizzazioni fatte in gallery ben costruite. **Decisiva, comunque, la credibilità del punto vendita.**
Emanuele Cappello, CO.MET., Ragusa



ANTONIO CORROPPOLI

Le prospettive per le rivendite potrebbero essere buone se, in fase di ristrutturazione aziendale, avvalendosi di un piano industriale ben ordinato, si decidesse di lavorare sulla qualità dei prodotti, dei servizi e dell'assistenza nell'informazione e nell'accoglienza. **La nostra rivendita sta completando un percorso di rinnovamento che ha trasformato lo showroom tradizionale**

in un ambiente polispecialistico evoluto. Al suo interno, esperti professionisti sono in grado di dare risposte concrete e professionali alle esigenze dei clienti, consigliare soluzioni in base al tipo di abitazione che necessita l'intervento, ma soprattutto fare chiarezza tra la miriade di informazioni con cui gli attuali mezzi di comunicazione bombardano il pubblico. La concorrenza si vince solo con la qualità e le performance di un prodotto, l'efficienza, la durabilità nel tempo, l'assistenza tecnica e l'affiancamento sul luogo, la consulenza pre-vendita e l'individuazione di problemi nel post-vendita.

Antonio Corroccoli, Idea Arredo, Termoli (CB)

Essendo una persona fiduciosa, **auspicio prospettive positive per il futuro, anche se al momento la principale risorsa dei rivenditori si registra con i privati e con la detrazione fiscale del 65%.** Spero in una ulteriore proroga per il 2017.

Antonio Franchitti, Franchitti Interiors, Venafro (IS)



ALESSANDRO VALERIO

Protagonista il ruolo dello show room: forte impatto di immagine, in modo da "colpire" il cliente; ampia gamma d'offerta oltre i tradizionali serramenti, dalle porte di design al mondo del parquet e della boiserie; da noi, forte interesse per l'area sicurezza, porte, grate e persiane blindate -; personale tecnicamente competente, perché il cliente, se spende 10 o 20 mila euro,

vuol sapere tutto del prodotto. Importante, poi, la rete: dal sito web ben strutturato ai social network.

Alessandro Valerio, Indoor Porte e Finestre, Pescara





GUIDO ALBERTI

Guido Alberti, Infissi Alberti, Villa d'Agri (PZ)

Lo show room si rivela, oggi, una scelta obbligata per restare sul mercato. Deve essere esteticamente elegante, avere prodotti di qualità elevata, proporre prestigiosi marchi. Decisivo, poi, il servizio: dagli eventi di formazione/ informazione sul prodotto alla posa certificata. **Poi, una comunicazione intelligente, sfruttando al massimo quanto la rete offre: sito web, social network, blog.**



MICHELE LA MACCHIA

Importante lo show room: ne abbiamo aperto uno in centro a Foggia, mirato al cliente privato e all'architetto che a volte l'accompagna. Caratteristiche essenziali: alto profilo di immagine, capacità di far vedere e toccare con mano il prodotto, condotto da personale competente che ne spieghi caratteristiche tecnico-costruttive e prestazionali. **Strumenti di promozione: oltre all'intramontabile passaparola, utilizzo del web, sito e social network, perché spesso il primo contatto col cliente avviene in rete.**

Michele La Macchia, Infissi La Macchia, Zapponeta (FG)

Il futuro della rivendita? Uno spazio sempre più professionale e specializzato, con una ricca offerta di prodotti e servizi. Per essere competitivi, occorre inserire nuovi prodotti. Noi abbiamo integrato l'offerta "tradizionale" di infissi con verande, pergole, serre bioclimatiche, pavimentazioni in legno e anche componenti d'arredo per l'outdoor. Occorre curare sempre più l'intera filiera: dal layout dello show room al lavoro in cantiere. Nel nostro punto vendita, abbiamo introdotto due figure dedicate: una che progetta e fa vedere al cliente il rendering della soluzione prescelta; l'altra che segue direttamente il cantiere, verificandone di volta in volta le varie fasi, controllando che il marmista abbia fatto il davanzale "giusto" su cui collocare la finestra, oppure il corretto inserimento del controtelaio. Essenziale la posa: noi stiamo ultimando l'iter per la certificazione ift Finstral. Carmine Maffei, Maffei Sistemi, Benevento



CARMINE MAFFEI

Essenziale il ruolo giocato dallo show room: biglietto da visita dell'azienda, da curare nell'architettura d'interni e da arredare con gusto. **Necessità di personale competente,** che sappia spiegare cos'è un falso telaio, illustrare le prestazioni termo-acustiche del serramento, casa significhi posare a regola d'arte. Poi, articolare la gamma d'offerta: dalle porte interne di design ai sistemi oscuranti, alle tende per esterno, ad esempio. Domenico Mazzarelli, Mazzarelli, Castellana Grotte (BA)



DOMENICO MAZZARELLI

Il futuro dello show room lo vedo se accompagnato da una piccola officina, quindi con una competenza tecnica alle spalle. Oggi, il cliente è informato, cerca un prodotto di qualità per caratteristiche costruttive e prestazionali. Credo che la rivendita solo commerciale abbia poco futuro. Comunque, il punto vendita deve proporre una gamma più articolata di prodotti. Noi, ad esempio, abbiamo ampliato lo show room con prodotti non di nostra realizzazione. Giuseppe Palazzolo, Palazzolo PM Group, Cinisi (PA)



GIUSEPPE PALAZZOLO

Giuseppe Palazzolo, Palazzolo PM Group, Cinisi (PA)

Fondamentale la presenza dello show room, tanto che noi ne abbiamo aperto uno in centro, lontano dalla produzione: non vorrei peccar di presunzione, ma vedo che altri stanno operando scelte analoghe, capendo che solo il piccolo show room a ridosso dell'officina è un po' superato. Così ne delineerei l'identikit: layout e immagine estremamente curati, cambiare le vetrine ogni tre mesi, importante strumento di marketing aziendale; personale tecnicamente competente per rispondere a tutte le domande del cliente; posa qualificata e accurato servizio pre e post vendita. **Fattore insostituibile: la credibilità di chi i serramenti li sa costruire** - io sono nato come operaio d'officina - **oltre che vendere.** Vito Lampo, Project Profili, Andria (BT)



VITO LAMPO

Importante il ruolo dello show room, puntando sul prodotto ambientato e coordinato con gli interni. Il cliente vuol vedere e toccare il prodotto, vuol capire come è fatto, quali prestazioni offre: quindi, personale competente. Con una carta in più se ha alle spalle, come nel nostro caso, una azienda che produce serramenti. Da noi, anche la piccola "esposizione" accanto all'officina del piccolo serramentista, non strutturato, è percepita come un valore aggiunto". Nello Cascone, Stabia Alluminio, Salerno



NELLO CASCONI

FINESTRA & RETAIL 1.giugno 2016