

Milano, 18 marzo 2015

Ufficio Comunicazione
Communication office

comunicazione@unicmi.it

Guerra dei prezzi e tempi di pagamento sono i principali fattori che possono mettere a rischio la ripresa.

Anticipazioni dal prossimo Rapporto UNICMI 2015 sul mercato delle costruzioni metalliche e dell'involucro edilizio.

A luglio l'Ufficio Studi Economici UNICMI (responsabile Marco Perazzi, coordinatore scientifico Carmine Garzia) rilascerà il Rapporto sul mercato italiano delle costruzioni metalliche e dell'involucro edilizio, che oltre ad una analisi generale sui trend, conterrà sezioni specifiche dedicate ai serramenti, alle facciate continue, alle schermature solari, alle vetrazioni e alle carpenterie metalliche.

In occasione di MADE expo, l'Ufficio Studi Economici UNICMI rende disponibili i primi dati relativi al 2014 per il settore dei serramenti e delle facciate continue.

La crisi del comparto dei serramenti metallici e delle facciate che ha comportato una perdita di fatturato di circa il 35% dal 2009 ad oggi, ha fatto sentire i suoi effetti anche nel 2014.

Nel mercato delle **finestre** si registra una **contrazione delle vendite**, in valore, stimabile in circa il **7%**. Si tratta di un dato particolarmente allarmante, determinato dalla **guerra dei prezzi** in corso nel settore dei serramenti, sia nel segmento delle nuove costruzioni sia nel segmento della sostituzione. Le nostre rilevazioni evidenziano **una caduta dei prezzi medi tra l'8% e il 10%** per i serramenti metallici dal 2013 al 2014. Tale caduta è stata determinata sia da un'aggressiva scontistica praticata dai costruttori di serramenti sia dallo spostamento dell'offerta su prodotti "*budget*" caratterizzati da prezzi medi inferiori e soluzioni costruttive semplificate, soprattutto se rapportate a quelle proposte sul mercato nel recente passato. Lo spostamento del mercato verso il basso è stato inizialmente propiziato dall'introduzione di prodotti in PVC a basso prezzo di produzione estera (Est Europa), a cui hanno fatto seguito le reazioni dei serramentisti nazionali (indipendentemente dal materiale proposto) che hanno quindi ingenerato una pericolosa guerra di prezzo. La guerra di prezzo ha subito un'ulteriore accelerazione per via dei fornitori strategici dei costruttori di serramenti in alluminio (produttori di sistemi e accessori per serramenti) che, per mettere i propri clienti in condizioni di competere con i serramenti di PVC a basso costo, hanno tagliato i prezzi dei componenti e dei semilavorati e inserito prodotti caratterizzati da prezzi inferiori.

Si segnala tuttavia un forte attivismo commerciale di alcuni costruttori di serramenti metallici finalizzato allo **sviluppo del canale di vendita diretto verso i clienti finali-utilizzatori**. È evidente che in termini di volumi la penetrazione del serramento in alluminio nel mercato della sostituzione resterà relativamente limitata, anche se ad oggi **circa il 40% del fatturato di questi serramentisti è realizzato grazie agli incentivi nella sostituzione dei serramenti**. Occorre osservare con attenzione se nell'anno in corso, i costruttori di serramenti in alluminio riusciranno a spingere prodotti maggiormente performanti o prodotti cosiddetti speciali (quali, ad esempio gli



scorrevoli minimali e le finestre di design) che sono caratterizzati da prezzi medi più elevati e che quindi potrebbero contribuire al recupero di fatturato.

Sul fronte delle **facciate continue**, lo scenario del mercato è caratterizzato da una situazione di sostanziale stabilità, tuttavia i dati rilevati dai costruttori di facciate segnalano un andamento positivo del fatturato principalmente ascrivibile ai lavori realizzati da aziende italiane sui mercati esteri. La **quota di export** sul fatturato dei costruttori di facciate continue si attesta stabilmente tra il **35% e il 40%**. Si tratta di un processo di internazionalizzazione relativamente recente, iniziato circa 4 anni fa, che le aziende hanno condotto in modo veloce - “a tappe forzate” - per reagire alla crisi della domanda sul mercato interno e collocarsi su mercati caratterizzati da maggiori volumi ed elevata marginalità, quali quello francese ed inglese.

Alla luce di questi trend, l'auspicio di UNICMI è quello che il sistema industriale italiano dei serramenti, presente con la sua migliore offerta innovativa a MADE expo, sappia finalizzare le risposte più incisive per l'affermazione di un mercato che indirizzi una domanda significativa verso prodotti dell'involucro caratterizzati da alta qualità, lunga durabilità, design innovativo e elevate prestazioni (in termini di sicurezza, acustica, termica, domotica) assicurando in questo modo una corretta marginalità a quegli attori della filiera che hanno investito in ricerca e innovazione.

Per informazioni:

Ufficio Studi UNICMI – Marco Perazzi, Carmine Garzia economia@unicmi.it

Ufficio Comunicazione UNICMI – Nadia Sada, Enrico Pallavicini comunicazione@unicmi.it