

REV.1

Numero 1_2018

RAPPORTO **sul mercato italiano** **dell'involucro edilizio**

***Numeri e prospettive del mercato delle facciate,
dei serramenti e delle schermature 2018-2019***

A cura dell'Ufficio Studi Economici UNICMI
Coordinamento Scientifico Prof. Carmine Garzia
economia@unicmi.it

Il rapporto è stato chiuso il 30 marzo 2018

Indice

1. Introduzione	3
2. La congiuntura nel settore delle costruzioni	4
2.1. Trend del settore delle costruzioni per il 2017-2018	6
3. La domanda di serramenti nel mercato italiano	9
3.1. Materiali e prezzi	10
4. Il mercato dei serramenti metallici	14
5. Il mercato delle facciate continue	18
6. Analisi delle performance economiche dei costruttori di serramenti e facciate	21
7. Conclusioni e prospettive. Verso una ripresa di qualità	26
8. Nota metodologica	28

Indice delle figure

Figura 1 - Investimenti nelle costruzioni: nuovo-rinnovo	4
Figura 2 - Investimenti nelle costruzioni per segmento di destinazione	5
Figura 3 - Investimenti nelle costruzioni residenziali	6
Figura 4 - Andamento dell'indice ISTAT delle costruzioni	7
Figura 5 - Tendenza degli ordini nel settore delle costruzioni	7
Figura 6 - Tendenza dei prezzi nel settore delle costruzioni	8
Figura 7 - Andamento dei permessi a costruire. Numero di abitazioni in nuovi fabbricati residenziali (migliaia)	8
Figura 8 - Domanda di serramenti e facciate (milioni di Euro)	9
Figura 9 - Finestre vendute residenziale nuovo vs rinnovo (milioni di unità)	10
Figura 10 - Evoluzione delle quote di mercato in valore nel mercato dei serramenti in Italia	11
Figura 11 - Evoluzione delle quote di mercato in volumi (unità finestra vendute) nel mercato dei serramenti in Italia	11
Figura 12. Importazioni di Serramenti in PVC dei principali paesi	13
Figura 13. Principali paesi da cui si importano serramenti in PVC	13
Figura 14 - Valore del mercato dei serramenti metallici in Italia	14
Figura 15 - Ripartizione delle vendite per prodotti	15
Figura 16 - Ripartizione delle vendite per segmento di mercato	16
Figura 17 - Ripartizione delle vendite per tipologia di clienti	16
Figura 18 - Domanda di serramenti generata dagli incentivi fiscali	17
Figura 19 - Quota di fatturato dei costruttori di serramenti metallici realizzata con il bonus fiscale	17
Figura 20 - Valore del mercato delle facciate continue in Italia	18
Figura 21 - Ripartizione delle vendite per tipologie di prodotti	19
Figura 22 - Ripartizione delle vendite per segmenti di mercato	19
Figura 23 - Ripartizione delle vendite per tipologie di clienti	20

Figura 24 - Quota di export dei costruttori di facciate continue	20
Figura 25 - Margine commerciale - ROS	21
Figura 26 - Redditività dell'attivo totale netto -RONA	22
Figura 27 - Crediti a breve/valore della produzione	23
Figura 28 - Tasso d'indebitamento iniziale	23
Figura 29. Confronto tra redditività commerciale (ROS) e crescita (CAGR del fatturato 2009-2015)	24
Figura 30. Confronto indebitamento e redditività del capitale investito (2009-2015)	25
Figura 31 - Evoluzione portafoglio commesse – Costruttori di serramenti	27
Figura 32 - Evoluzione portafoglio commesse (facciate continue) – Costruttori di facciate	27

1. Introduzione

Il rapporto fornisce alle imprese e agli analisti di mercato, in un unico quadro sintetico d'insieme, informazioni aggiornate sull'evoluzione del settore dell'involucro edilizio, ovvero dei serramenti metallici e delle facciate continue.

Il rapporto viene pubblicato con cadenza annuale.

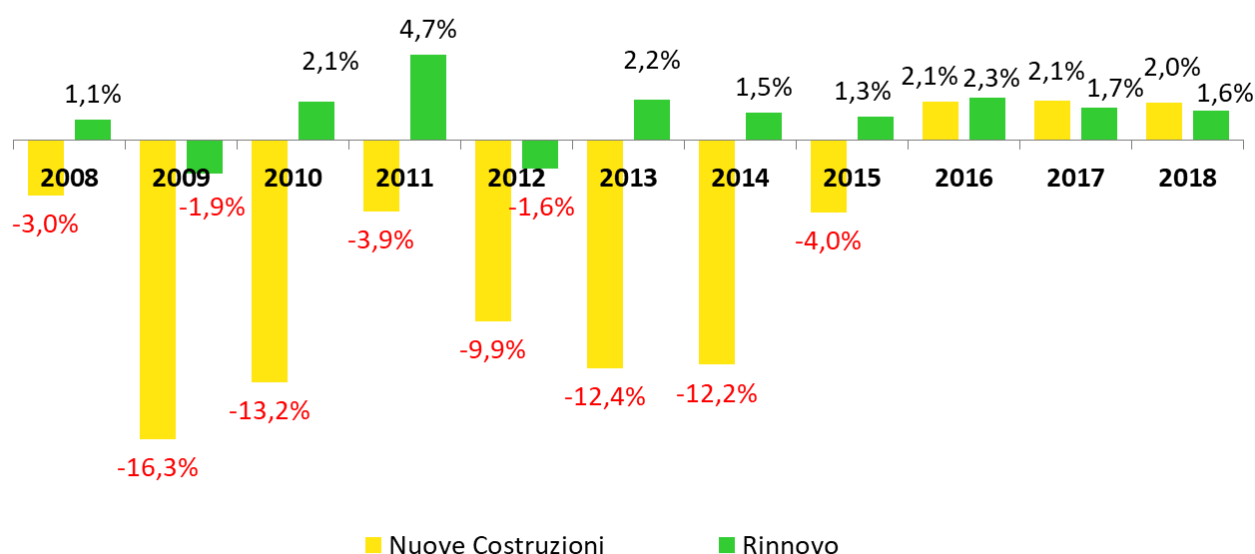
Il rapporto si articola in sei sezioni ciascuna dedicata a contenuti specifici, ed in particolare ai comparti che compongono il settore dell'involucro edilizio.

1. Analisi della congiuntura nel mercato italiano delle costruzioni edili. Evoluzione degli investimenti nelle costruzioni per segmenti di mercato. Evoluzione della domanda nel segmento del recupero edile. Tendenze di mercato per il 2018.
2. Analisi della domanda di serramenti e facciate continue. Stima della domanda di serramenti, in valore e volumi, nel segmento residenziale e non residenziale. Evoluzione delle quote di mercato dei tre principali materiali per serramenti: alluminio, legno e PVC.
3. Analisi del mercato dei serramenti metallici. Evoluzione del fatturato aggregato del comparto, analisi delle caratteristiche delle aziende in competizione. Un focus specifico è dedicato all'impatto degli incentivi fiscali sulla domanda e l'offerta di serramenti.
4. Analisi del mercato delle facciate continue. Evoluzione dell'offerta con analisi delle vendite per tipologia di edificio. Analisi delle politiche commerciali dei costruttori di facciate continue.
5. Analisi delle performance economiche e finanziarie dei costruttori di serramenti e di facciate continue.
6. Previsioni sull'andamento del mercato dell'involucro edilizio nel 2018. Stima dell'evoluzione del fatturato per il mercato dei serramenti metallici e per quello delle facciate continue.

2. La congiuntura nel settore delle costruzioni

Dopo anni di crisi, a partire dal 2016-2017 si assiste ad un'inversione di tendenza che interessa sia le nuove costruzioni sia il rinnovo. Lo sviluppo delle nuove costruzioni è stato influenzato soprattutto dalla ripresa economica che ha portato ad una crescita del PIL reale dell'1,5% nel 2017, con una previsione conferma di questo dato per il 2018. La tenuta degli investimenti in rinnovo è stata inoltre sostenuta dalle politiche d'incentivazione fiscale per opere di recupero ed ammodernamento edilizio. Per il 2018 si prevede un aumento degli investimenti nelle nuove costruzioni del 2% e per il rinnovo del 1,6% (Figura 1) in linea con le previsioni di crescita economia generale.

Figura 1. Investimenti nelle costruzioni: nuovo e rinnovo

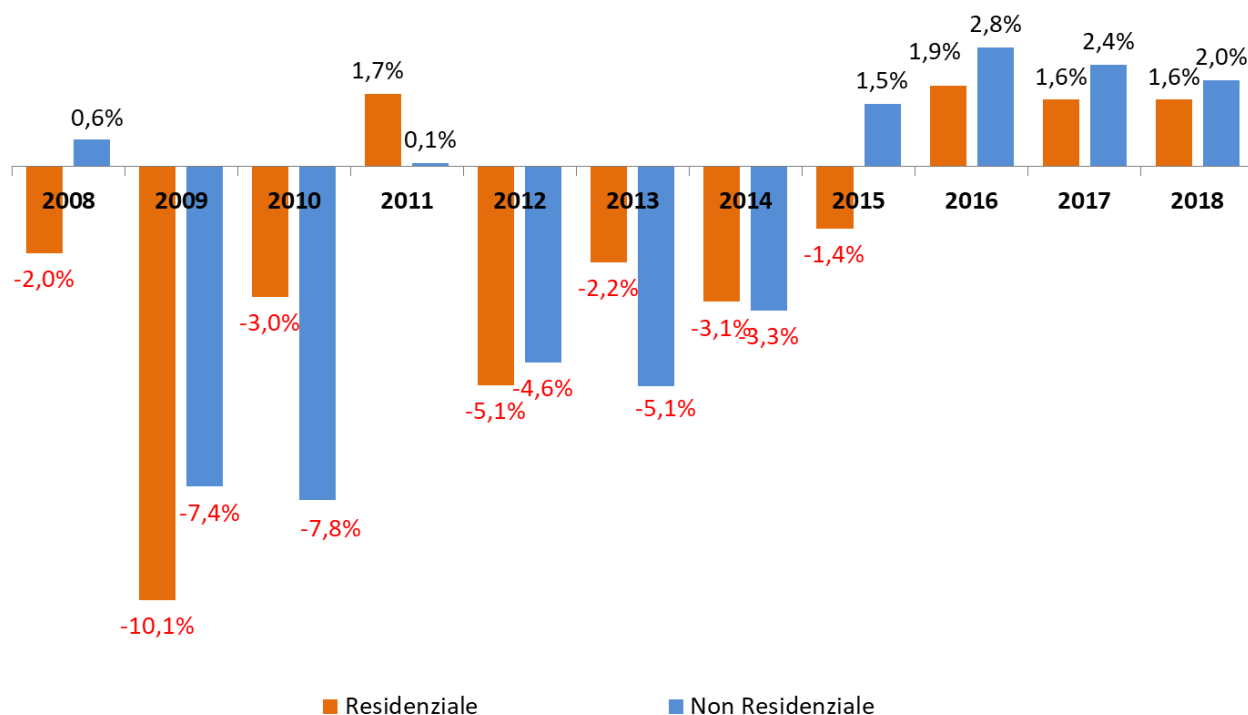


Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT, dati stimati per il 2018

Dal 2015 è in atto una buona ripresa degli investimenti nel segmento delle costruzioni non residenziali, nel 2017 si registra un tasso di crescita del 2,4% e nel 2018 si prevede un'ulteriore aumento della crescita (Figura 2). Questa ripresa si manifesta dopo un lungo periodo di forte contrazione degli investimenti in beni strumentali legato all'andamento del ciclo economico, accentuato da politiche di tassazione estremamente penalizzanti per gli immobili industriali e commerciali, che avevano portato al sostanziale blocco degli investimenti in immobili industriali e commerciali. La crescita nel segmento non residenziale sarà

influenzata essenzialmente da edifici destinati al terziario (uffici), si tratta di commesse di importi elevati, con ampio uso di facciate continue, che avranno committenza prevalentemente privata.

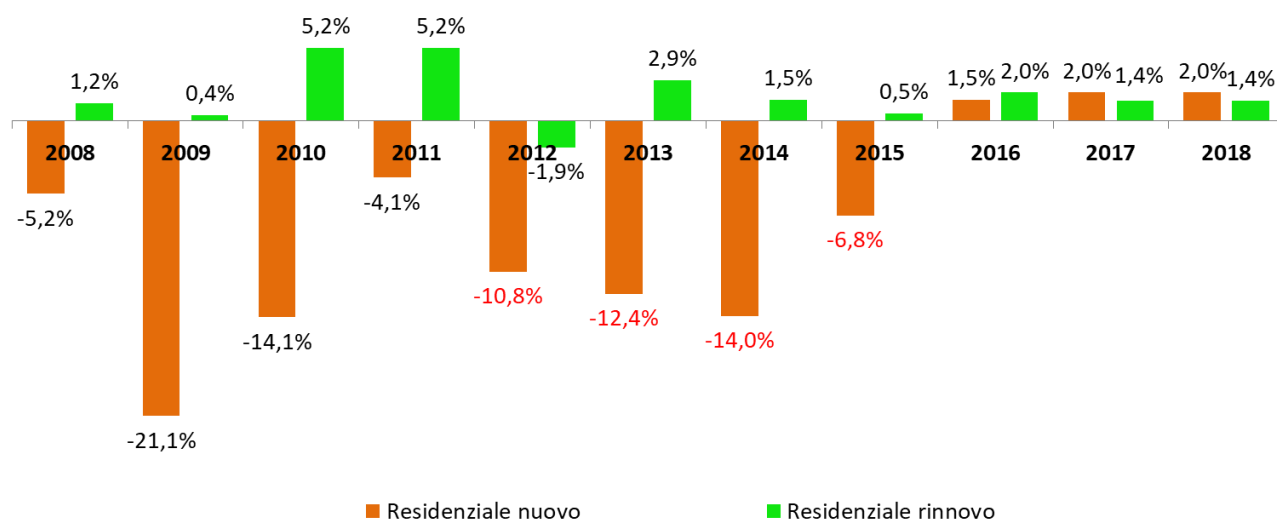
Figura 2. Investimenti nelle costruzioni per segmento di destinazione



Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT, dati stimati per il 2018

Dal 2015 al 2017 gli investimenti nelle costruzioni residenziali hanno ripreso a crescere modestamente, dopo anni di contrazione che hanno interessato prevalentemente le nuove costruzioni residenziali (Figura 3). Ad oggi il mercato del rinnovo vale circa il doppio rispetto il mercato del nuovo, questo spiega perché anche in presenza di una discreta ripresa delle nuove costruzioni, il segmento residenziale non riesce a crescere a tassi soddisfacenti. Per il 2018 si prevedono tassi di crescita positivi sia per il mercato del nuovo sia per il rinnovo, rispettivamente 2% e 1,4% (Figura 3), si tratta di tassi in linea con l'anno precedente che sono destinati a crescere nel biennio 2018-2019 per quanto attiene le nuove costruzioni per effetto delle nuove iniziative immobiliari in partenza nel 2018.

Figura 3. Investimenti nelle costruzioni residenziali



Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT, dati stimati per il 2018

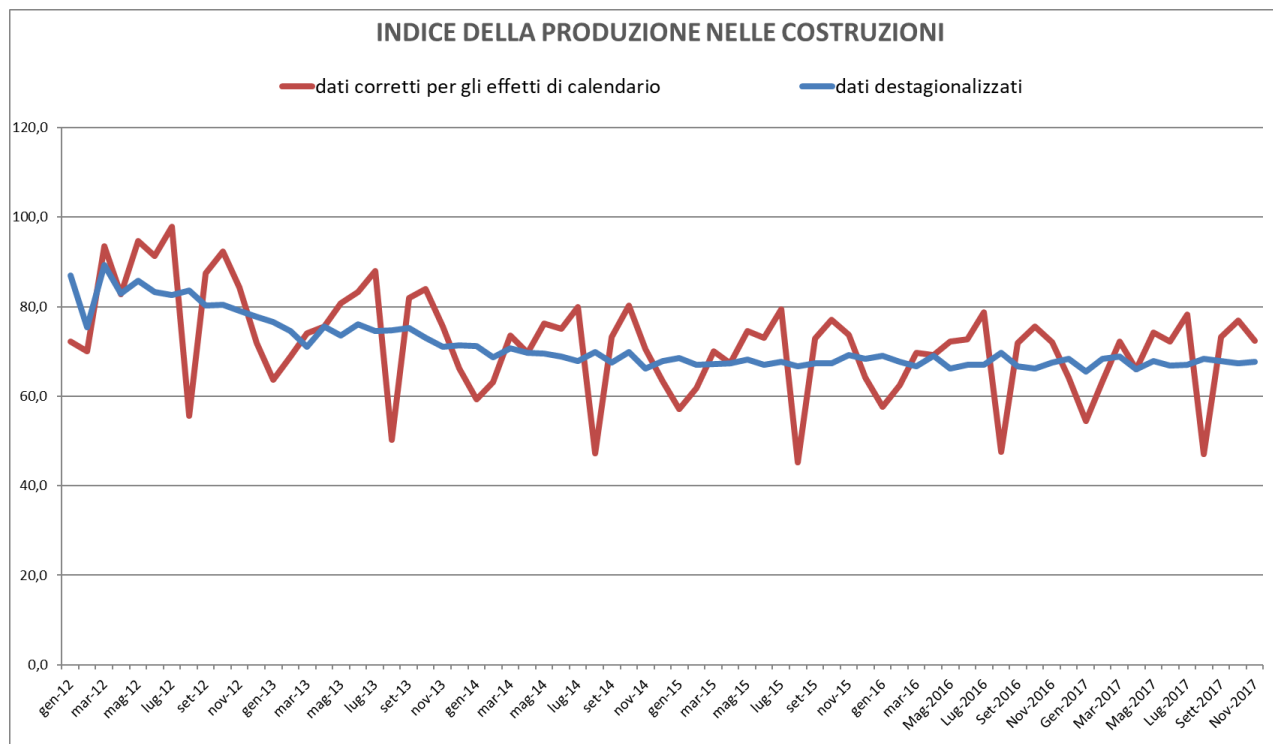
2.1. Trend del settore delle costruzioni per il 2017-2018

Dall'analisi dell'indice sintetico della produzione (Figura 4) nelle costruzioni si evidenzia una tendenza positiva che è confermata dagli indici che fanno riferimento agli ordinativi e ai prezzi praticati (Figure 5 e 6).

Si conferma la chiusura del ciclo negativo e l'inizio di una ripresa. Il mercato si è stato fortemente ridimensionato dalla crisi, ma l'inversione tendenza è concreta e reale come evidenziato dalla ripresa dell'indice dei prezzi e dell'indice degli ordinativi. **I dati evidenziano un buon potenziale di ripresa che si manifesterà nel biennio 2018-2019 quando la crescita degli investimenti contribuirà ad una decisa inversione di tendenza dell'indice sintetico di produzione.**

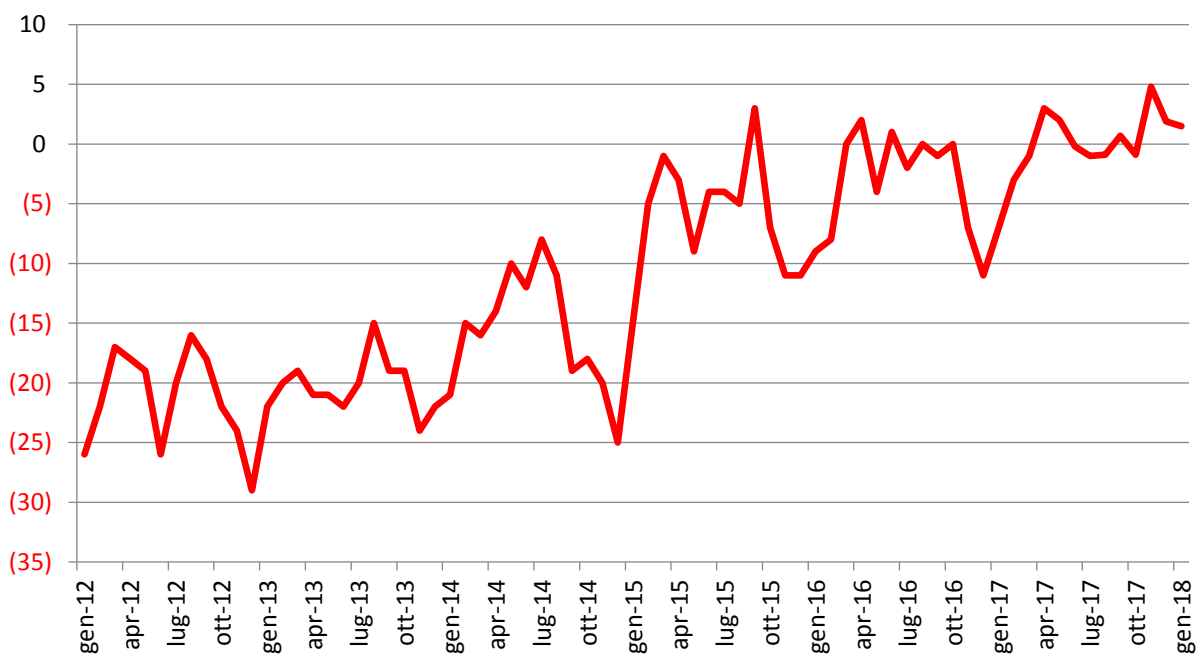
L'andamento delle nuove abitazioni, stimato sulla base dei permessi a costruire rilevati dall'ISTAT, evidenzia un trend positivo nel periodo 2015-2017 (Figura 7). Il 2017 può essere considerato un anno di svolta, i primi due trimestri hanno evidenziato una vera e propria impennata dei permessi a costruire che, se confermata dal secondo semestre, avrà sicuramente impatto nel 2018 con la realizzazione dei progetti autorizzati. Occorre sempre precisare che, se i tassi di crescita possono suscitare entusiasmi, questi vanno ridimensionati guardando i valori assoluti (in termini di numero di costruzioni e, di conseguenza, di fatturato e domanda di componenti) che sono ben lontani dai valori pre-crisi.

Figura 4. Andamento dell'indice ISTAT delle costruzioni



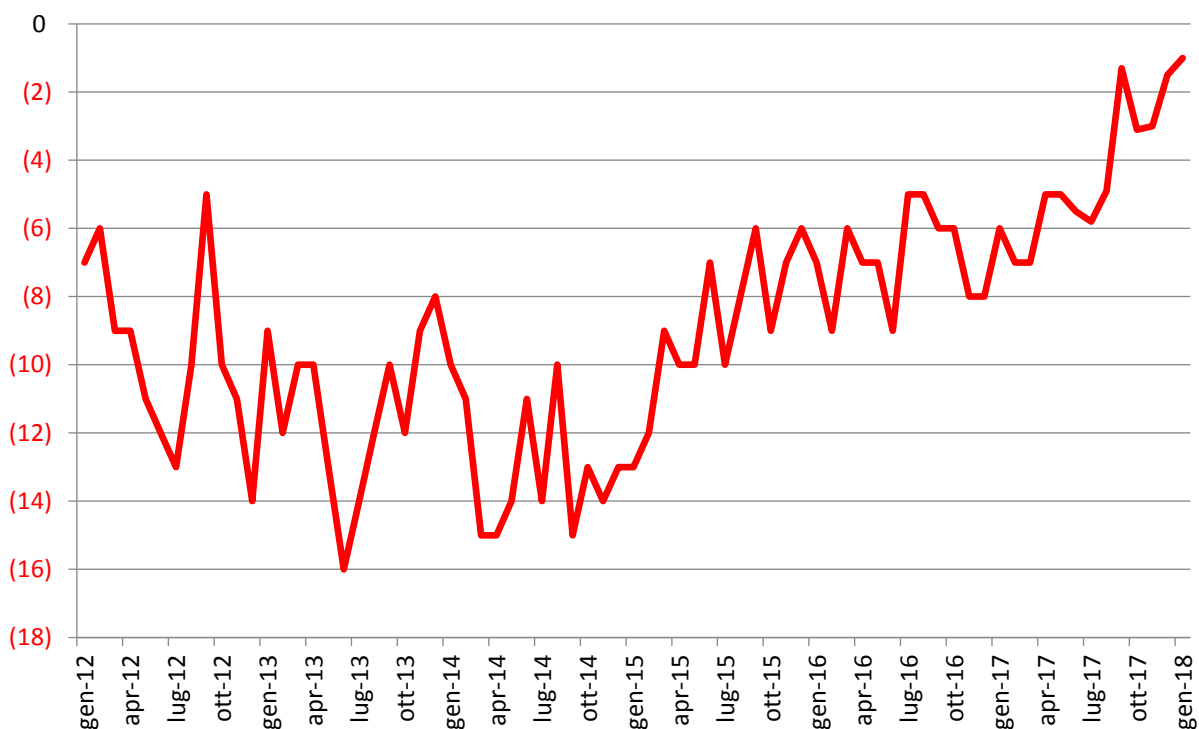
Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT

Figura 5. Tendenza degli ordini nel settore delle costruzioni



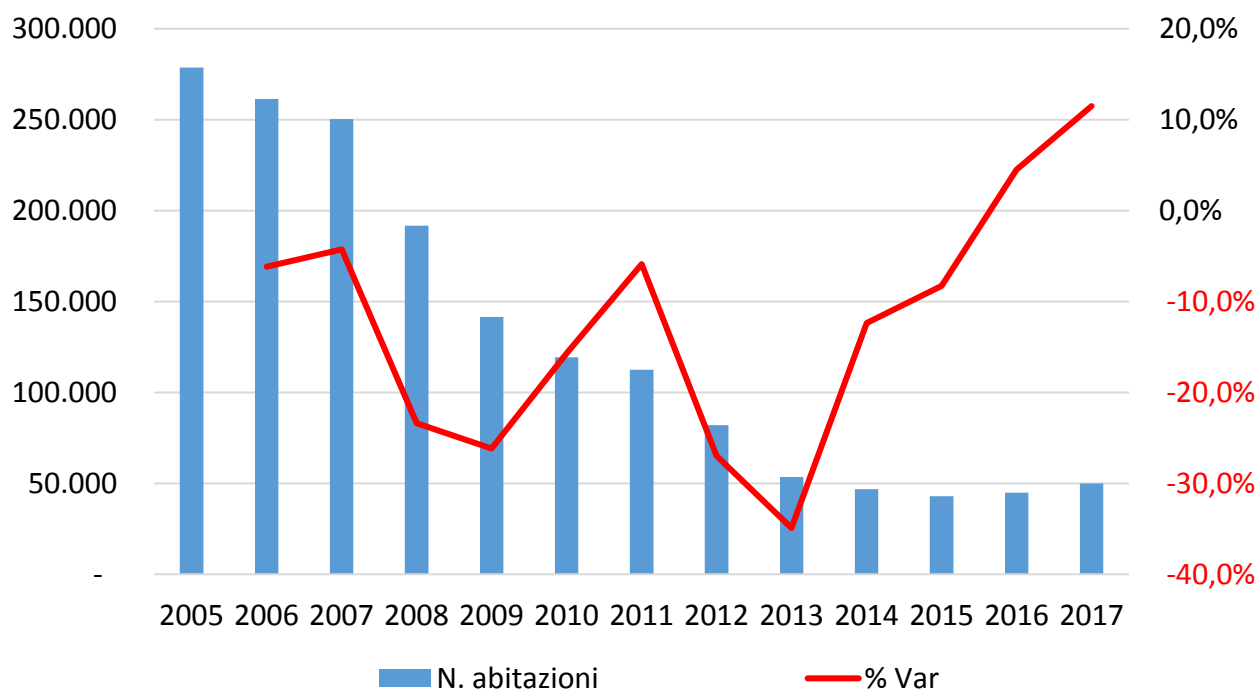
Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT

Figura 6. Tendenza dei prezzi nel settore delle costruzioni



Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT

Figura 7. Andamento dei permessi a costruire. Numero di abitazioni in nuovi fabbricati residenziali (migliaia e % Variazione)



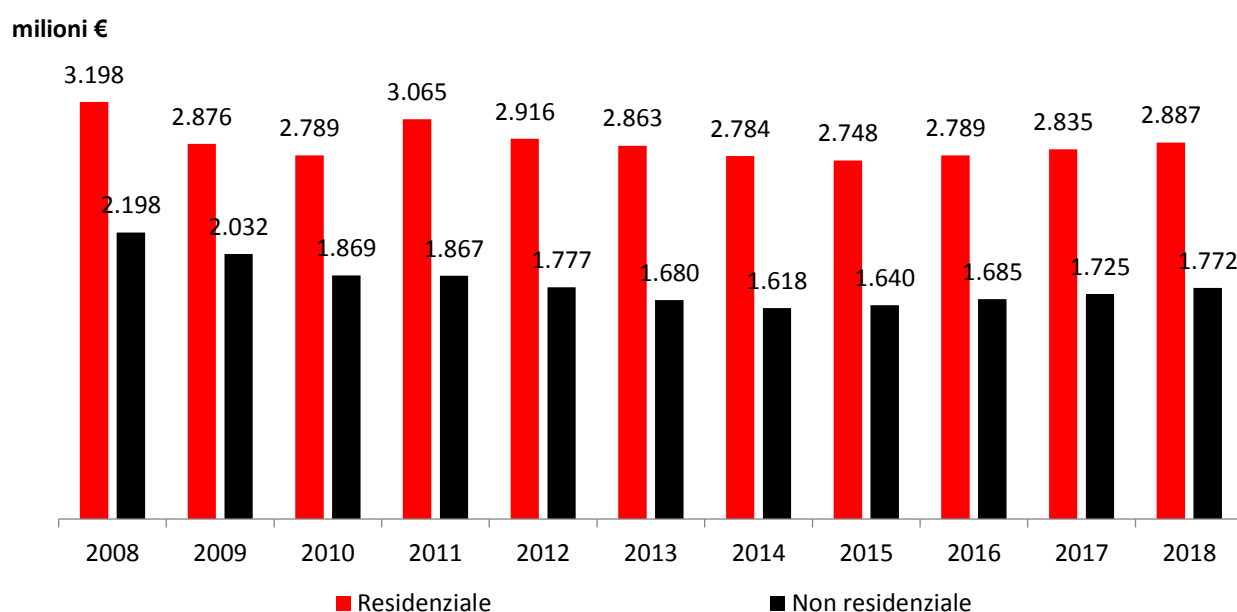
Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT, dati stimati per 2017

3. La domanda di serramenti nel mercato italiano

Dal 2015 in poi si assiste ad una ripresa della domanda complessiva di serramenti. Nel 2017 la domanda ha raggiunto un valore di oltre 4, miliardi di Euro di cui 2,8 nel settore residenziale e 1,7 in quello non residenziale (Figura 8).

Dal 2012 al 2015 in poi si osserva una contrazione del fatturato per entrambi i segmenti di mercato, che riprendono a crescere dal 2016. Il 2016 e il 2017 sono stati due anni positivi con particolare riferimento al segmento residenziale. Per il 2018 si prevede un ulteriore aumento della domanda che si attesterà circa 4,65 milioni di Euro.

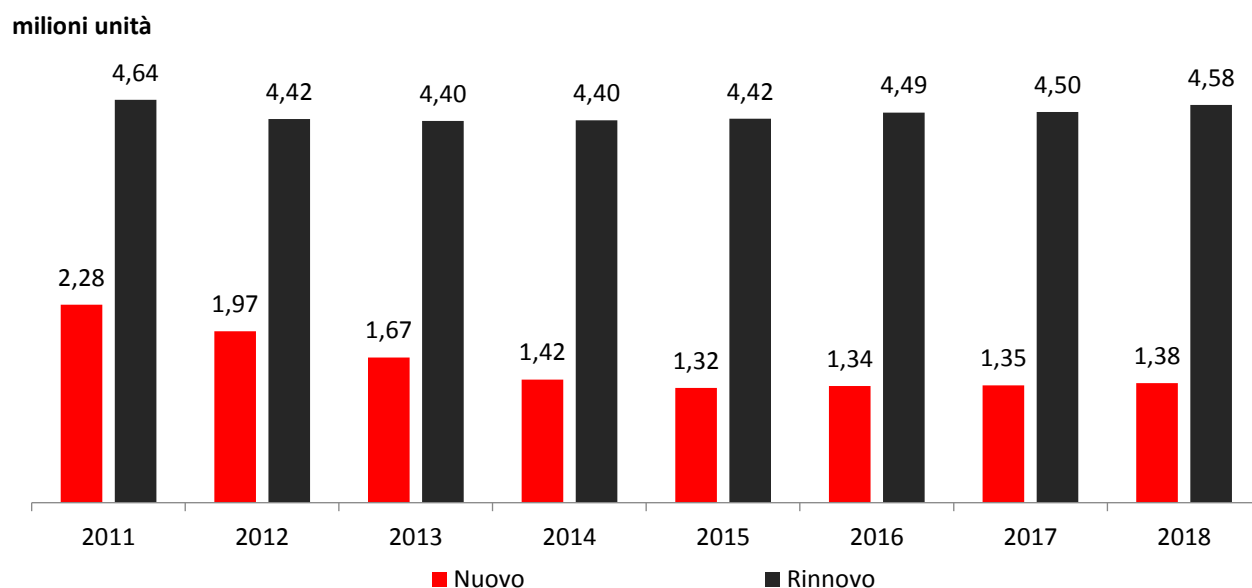
Figura 8. Domanda di serramenti e facciate (milioni di Euro)



Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT

Dal 2016 in poi si rileva una lieve ripresa del numero di unità finestra vendute (Figura 9), la stima è effettuata dividendo il fatturato derivante dalla vendita di serramenti per il prezzo medio per unità finestra rilevato da UNICMI. La maggior parte dei serramenti venduti è destinata al mercato del rinnovo che continua a crescere anche se le buone prospettive per gli investimenti nelle nuove costruzioni contribuiranno a far risalire il mercato complessivo (nel segmento residenziale) oltre i 6 milioni di pezzi venduti nel 2018.

Figura 9. Finestre vendute residenziale nuovo vs rinnovo (milioni di unità)



Elaborazioni UNICMI su dati ISTAT

3.1. Materiali e prezzi

Dal 2008 al 2017 si rileva un cambiamento graduale delle quote di mercato (in valore) dei tre principali materiali utilizzati per produrre serramenti (alluminio, legno e PVC). I serramenti in materiale plastico sono stati caratterizzati da una significativa crescita passando da una quota di mercato del 16% ad una quota di mercato del 28,5% nel 2017 (Figura 10). La crescita delle quote di mercato dei serramenti in PVC è stata favorita da una struttura produttiva e distributiva particolarmente efficace nel segmento del rinnovo e dal prezzo medio di vendita più basso, soprattutto se comparato con il prezzo dei serramenti in altri materiali, a parità di prestazioni termiche richieste per accedere ai benefici fiscali.

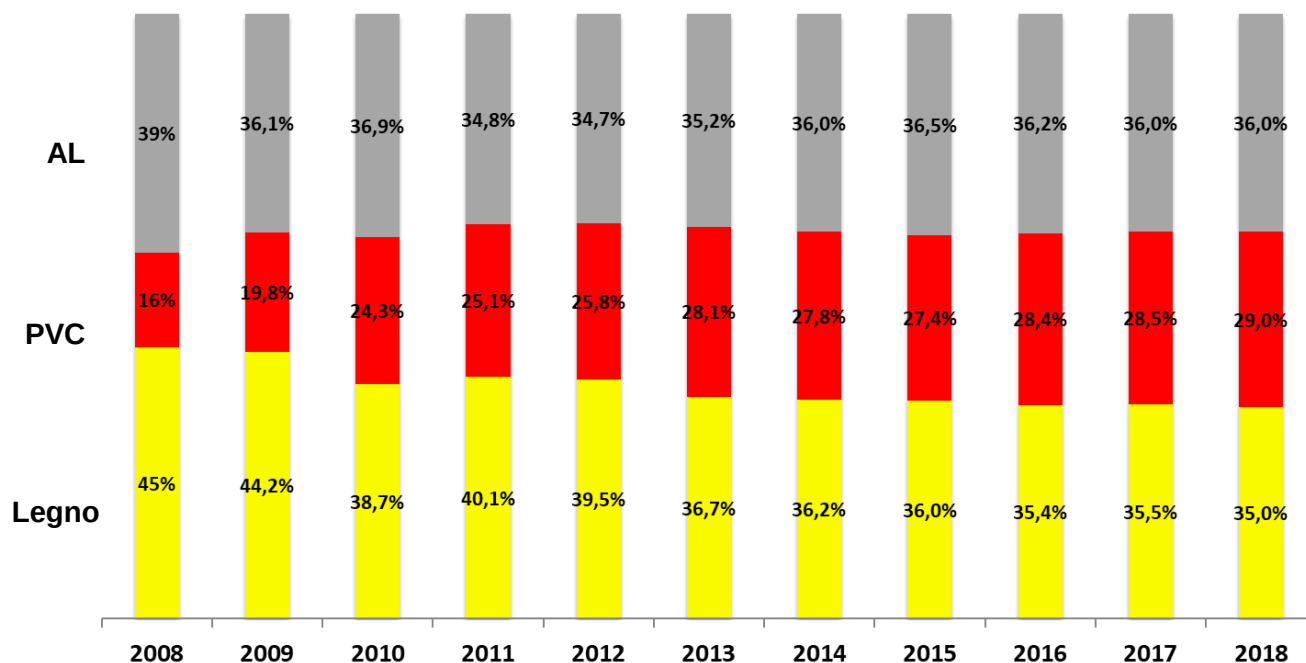
La quota di mercato dei serramenti in alluminio è caratterizzata da un trend lievemente in diminuzione che si è stabilizzato attorno al 36% dal 2016 in poi. I serramenti in legno, sono stati interessati da una significativa diminuzione della quota di mercato in valore, che è passata dal 45% al 35,5%, anche a causa dal progressivo dissesto, con conseguente uscita dal mercato, di alcuni operatori di grandi dimensioni e dal passaggio di diverse aziende produttrici di serramenti in legno alla produzione di serramenti in PVC.

L'analisi delle quote di mercato in volumi confermano la leadership del PVC con una quota 37,6%, seguono i serramenti in alluminio con una quota di poco inferiore al 33% e quelli in legno con circa il 30% delle unità vendute (Figura 11). Si tratta di quote di mercato stimate dividendo le vendite dei serramenti in legno, alluminio e PVC per i rispettivi prezzi medi unitari rilevati da UNICMI, per ottenere una stima dei pezzi venduti per tipologia i materiali.

Nonostante la contrazione dei volumi, le quote di mercato in valore dei serramenti in alluminio si mantengono relativamente stabili a fronte di una diminuzione del numero di pezzi venduti. Il riposizionamento dei prodotti

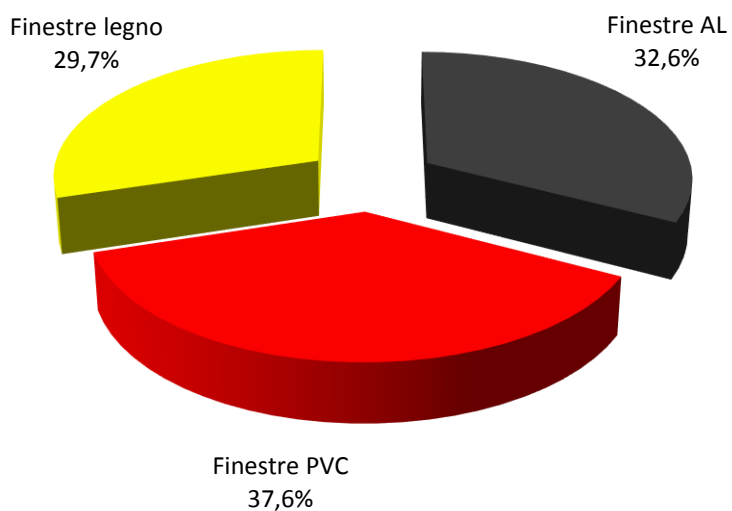
in alluminio su una fascia medio-alta di mercato ha contribuito a diminuire gli effetti provocati dall'aumento delle vendite di PVC.

Figura 10. Evoluzione delle quote di mercato in valore nel mercato dei serramenti in Italia



Elaborazioni UNICMI

Figura 11. Evoluzione delle quote di mercato in volumi (unità finestra vendute) nel mercato dei serramenti in Italia



Elaborazioni UNICMI

La forte pressione sui prezzi dei serramenti è stata alimentata in questi anni anche dalle importazioni di prodotti in PVC provenienti da paesi a basso costo. Le importazioni di serramenti in PVC, in valore, sono più che raddoppiate dal 2008 al 2013, quindi sono leggermente diminuite fino al 2015 per poi riprendere in modo significativo nel 2016 e 2017, raggiungendo gli 88 milioni di Euro (Figura 12).

I principali paesi da cui provengono le importazioni sono: Germania, Austria, Polonia e Romania (Figura 13). Nel periodo 2011-2017 si osserva un tasso di crescita medio negativo per le importazioni tedesche (-0,7%); aumentano, invece, le importazioni da Polonia (+12,9%) e Romania (+20,5%) per un evidente vantaggio di costo dei loro prodotti rispetto a quelli tedeschi. **Questa tendenza verso prodotti a basso costo (e basso prezzo) ci induce ad ipotizzare che il numero di pezzi importati sia aumentato per via della diffusione di prodotti con prezzi inferiori.**

Le importazioni sono calcolate sui prezzi del mercato all'ingrosso, quindi, il valore va moltiplicato di circa 2,4 volte per avere un riscontro dell'effettiva incidenza che le importazioni hanno sul valore totale del mercato italiano. Si può stimare l'impatto a valore di mercato (prezzo finale al pubblico dei serramenti installati) in circa 210 milioni di Euro. **Questo vuol dire che le importazioni di serramenti in PVC incidono per circa il 5% del totale del mercato dei serramenti. L'impatto di tali importazioni incide relativamente sul valore globale del mercato, ma è evidente che contribuisce ad influenzare l'andamento dei prezzi minimi di riferimento per i consumatori finali e le imprese di costruzioni.**

Figura 12. Importazioni di Serramenti in PVC (milioni di Euro)

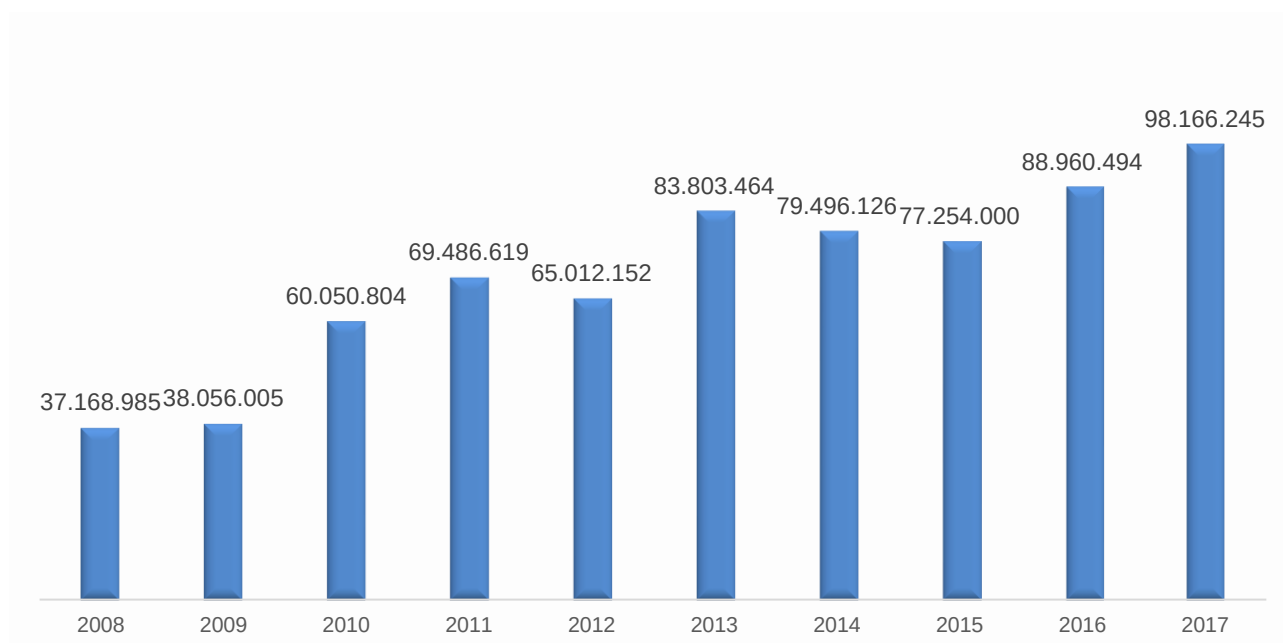
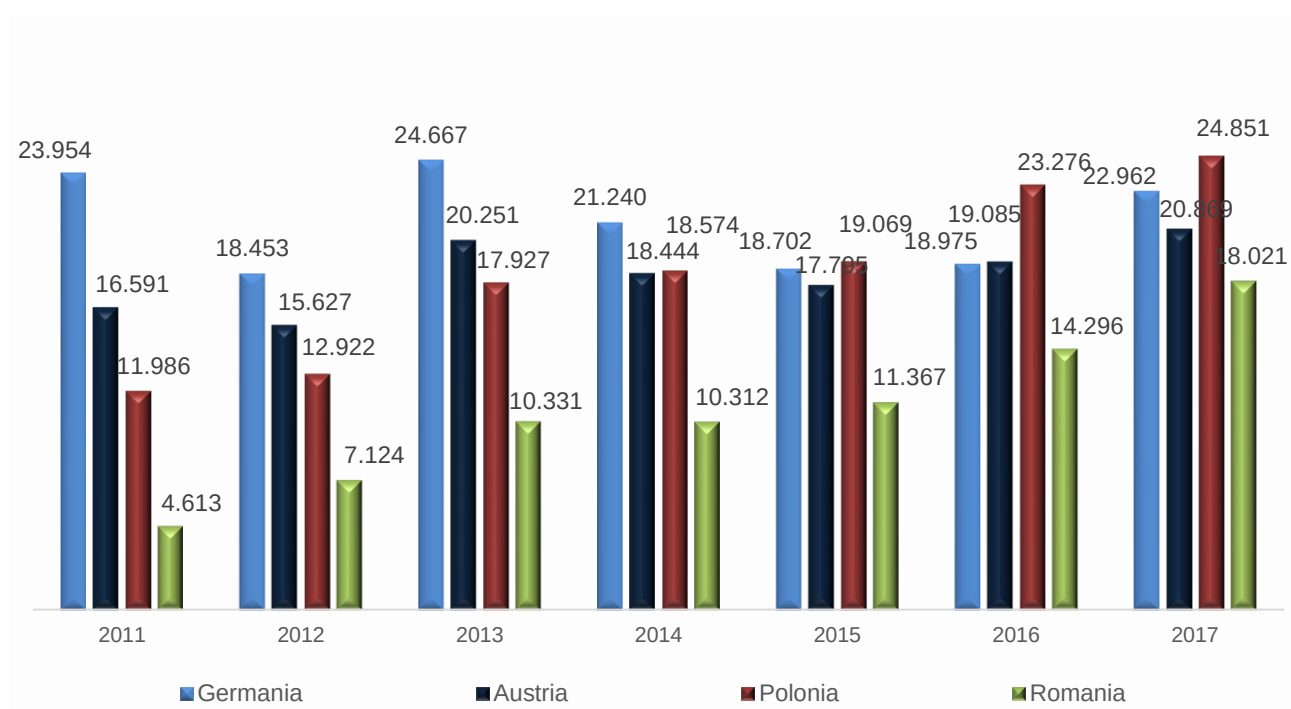


Figura 13. Principali paesi da cui si importano serramenti in PVC (importazioni in milioni di Euro)



Media dei tassi di crescita delle importazioni di serramenti in PVC (CAGR 2011 - 2017)

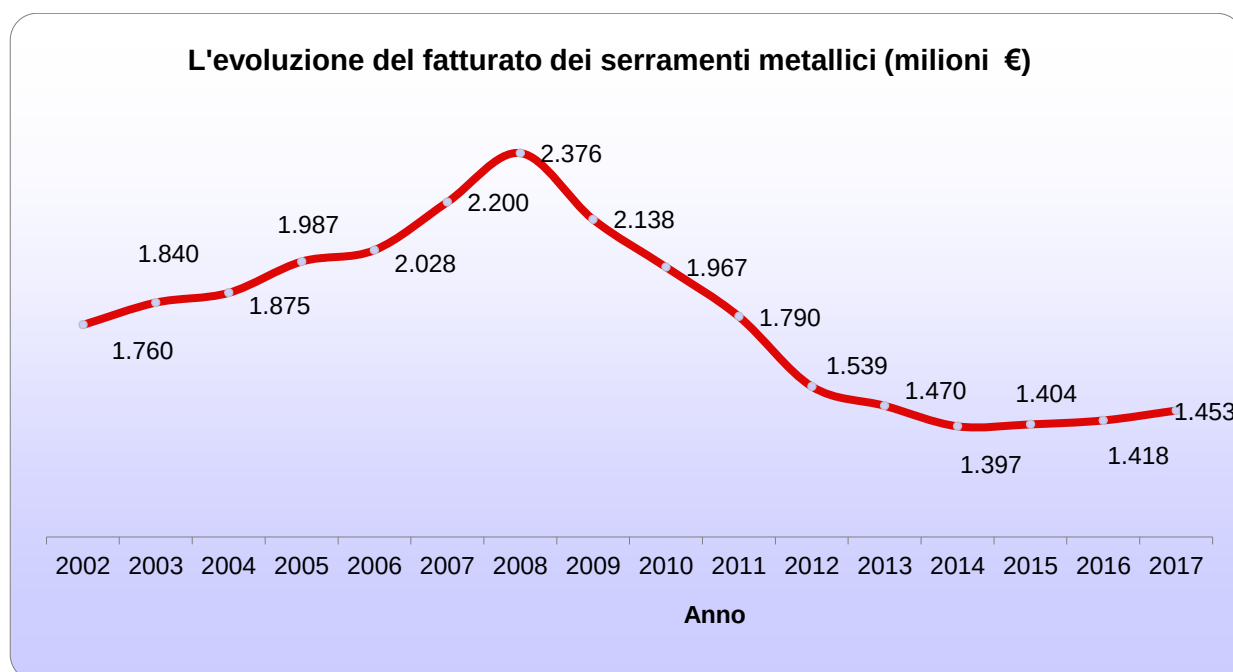
Germania	Austria	Polonia	Romania
-0,7%	3,9%	12,9%	20,5%

4. Il mercato dei serramenti metallici

Dal 2014 in poi si assiste ad un'inversione di tendenza del mercato dei serramenti metallici. Il 2015, infatti, rappresenta l'anno di lieve ripresa che continuerà fino al 2017.

L'inversione di tendenza è generata dal mercato del recupero, ma beneficia anche della ripresa delle nuove costruzioni sia residenziali sia non residenziali (terziario avanzato e commerciale). **La ripresa del settore delle nuove costruzioni sta sostenendo la ripresa del mercato dei serramenti metallici e il trend è destinato a perdurare per il prossimo biennio 2018-2019.** Per il 2018 si prevede un'ulteriore aumento del valore del mercato che supererà quota 1,5 miliardi di Euro.

Figura 14. Valore del mercato dei serramenti metallici in Italia (milioni Euro)



I produttori di serramenti metallici sono aziende di piccole e medie dimensioni (nel mercato italiano operano circa 2.000 società di capitali di cui solo 500 con oltre 1 milione di Euro di ricavi) che hanno adottato un modello di business basato su un'offerta ampia e diversificata, in grado di raggiungere diversi segmenti di mercato. Le aziende serramentistiche relativamente strutturate sono circa 250 con ricavi medi di 3 milioni di Euro.

I costruttori di serramenti realizzano il 47,4% del proprio fatturato mediante la vendita di finestre in alluminio. Oltre all'alluminio offrono anche prodotti complementari quali le persiane e serramenti in altri materiali (PVC, Alluminio-legno) che possono produrre o commercializzare (Figura 15). Si rileva che i serramenti in PVC hanno subito un incremento delle vendite e costituiscono il 14% del fatturato delle aziende serramentistiche.

Il mercato di riferimento è quello del recupero edile, ed in particolare della sostituzione dei serramenti che incide per il 42% sui ricavi di vendita (Figura 16). Le aziende sono legate all'andamento del mercato

residenziale che assorbe complessivamente circa il 60% delle vendite (38% ristrutturazione, 21% nuove costruzioni residenziali). Il cliente di riferimento è costituito dai privati che assorbono il 57% delle vendite a cui va sommato il 17% di pertinenza delle piccole imprese che lavorano prevalentemente per i privati. (Figura 17).

Figura 15. Ripartizione delle vendite per prodotti

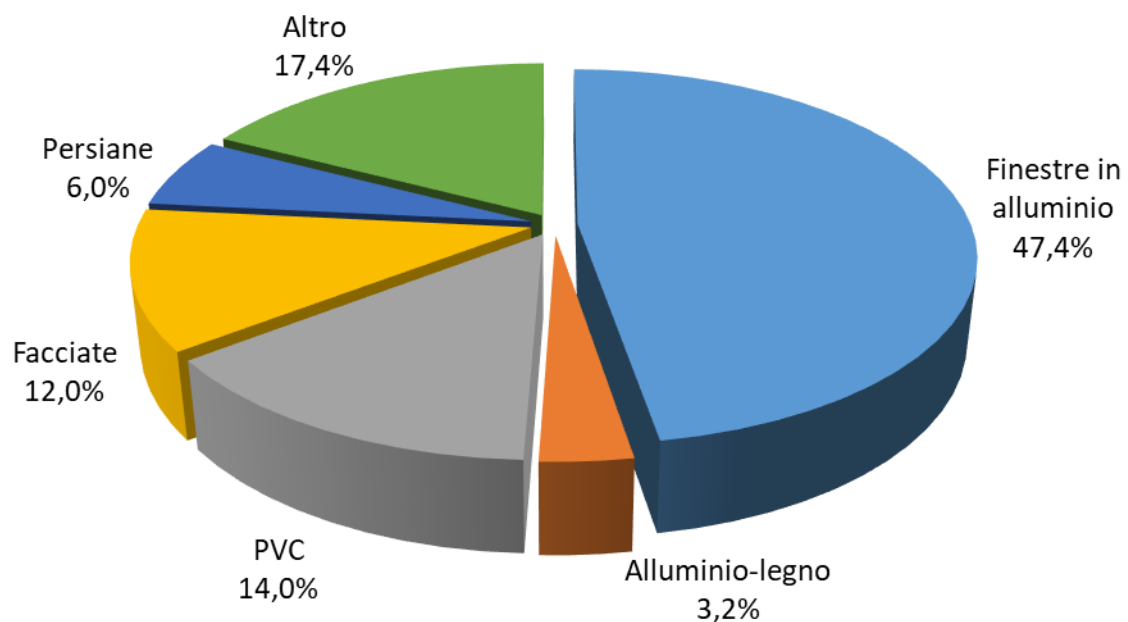


Figura 16. Ripartizione delle vendite per segmento di mercato

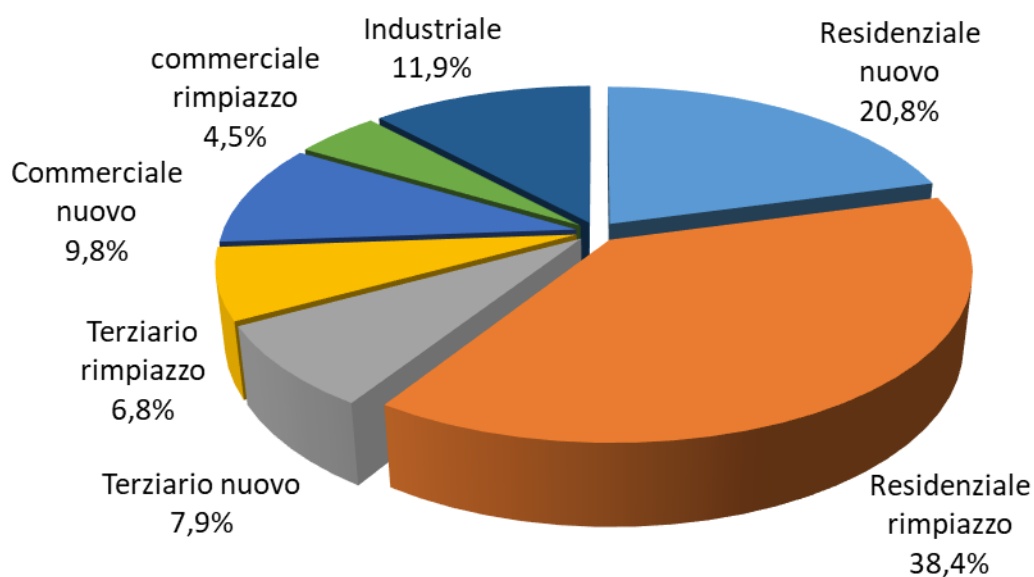
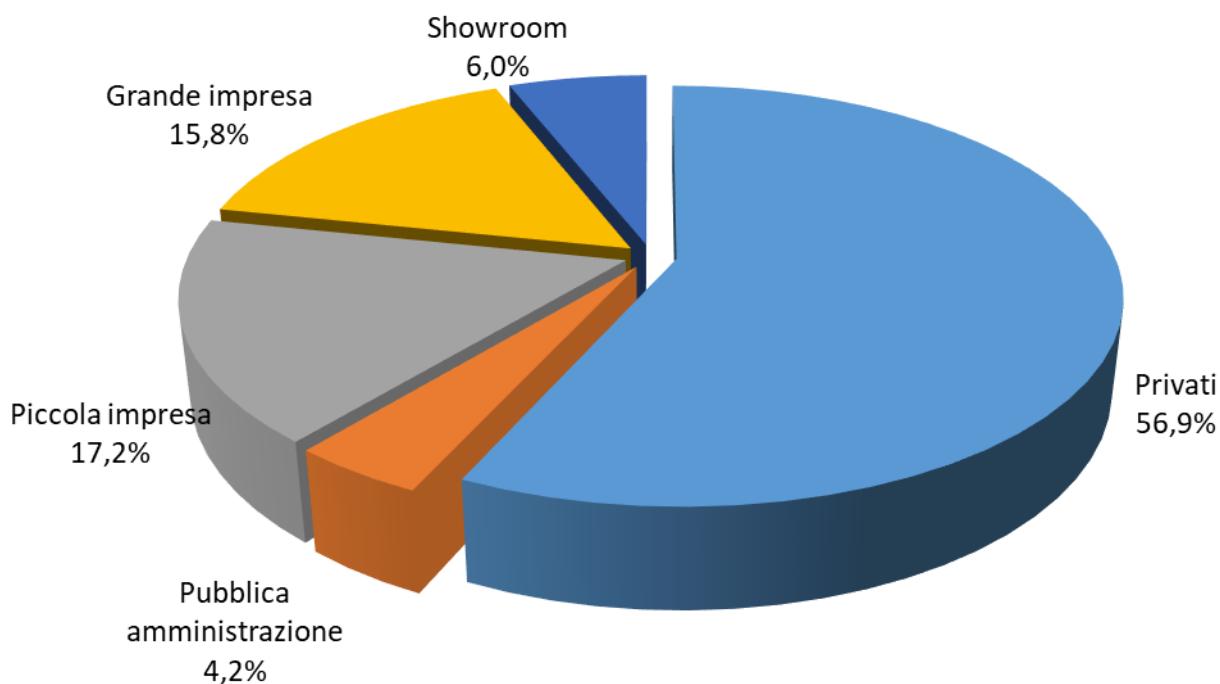


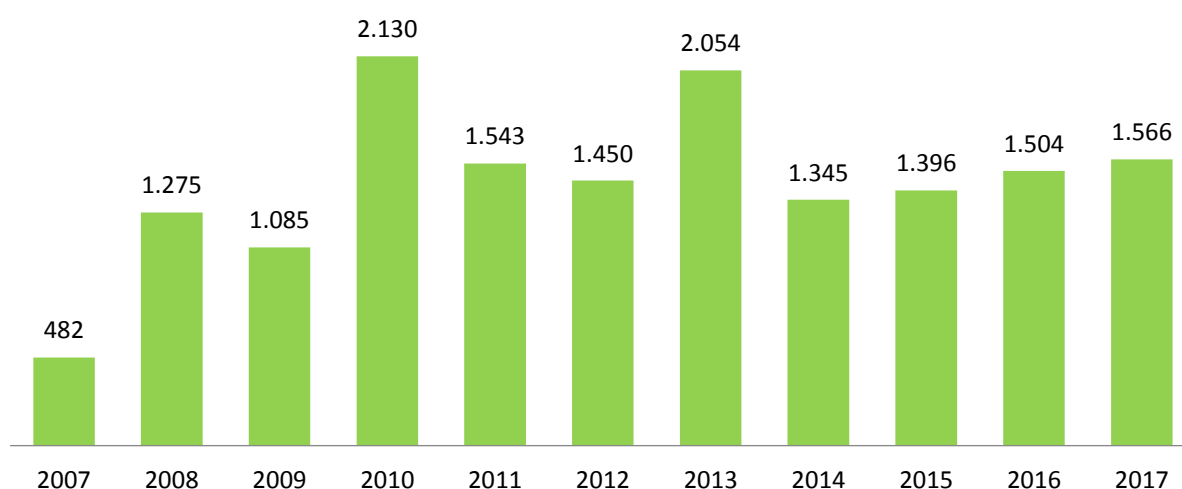
Figura 17. Ripartizione delle vendite per tipologia di clienti



Gli incentivi fiscali per gli interventi di riqualificazione energetica degli edifici hanno contribuito a sostenere in modo significativo la domanda di serramenti generando, nel 2017, vendite cumulate per oltre 1,36 miliardi di Euro. Si stima che circa il 60% delle vendite di serramenti in PVC è realizzato con il contributo degli incentivi fiscali, per un valore di circa 660 milioni di Euro di vendite. Anche il comparto del Legno beneficia degli incentivi fiscali che generano una domanda di circa 360 milioni di Euro (Figura 18).

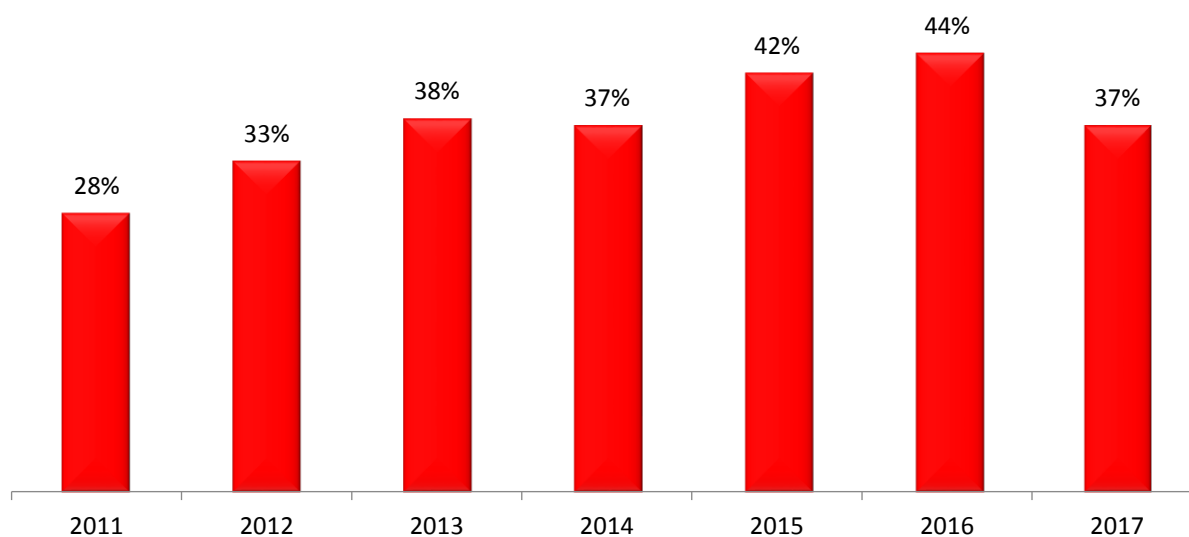
L'impatto degli incentivi fiscali sul mercato dei serramenti in alluminio oggi rappresenta il 37% (Figura 19) della domanda totale di serramenti in alluminio per un controvalore di circa 540 Milioni di Euro, nell'ultimo anno l'incidenza delle vendite realizzate con gli incentivi è scesa per effetto della crescita delle vendite nel segmento delle nuove costruzioni residenziali e non residenziali (dove gli incentivi non trovano applicazione), si tratta di un dato positivo che rende il mercato dei serramenti metallici meno "dipendente" dagli incentivi fiscali. Resta il fatto che gli incentivi sono diventati una componente strutturale della domanda di serramenti e il loro mantenimento è essenziale per accompagnare la modesta ripresa del mercato delle nuove costruzioni.

Figura 18. Domanda di serramenti generata dagli incentivi fiscali (milioni di Euro)



Elaborazioni UNICMI su dati ENEA. I dati del 2014, 2015, 2016, 2017 sono stimati

Figura 19. Quota di fatturato dei costruttori di serramenti metallici realizzata con il bonus fiscale



5. Il mercato delle facciate continue

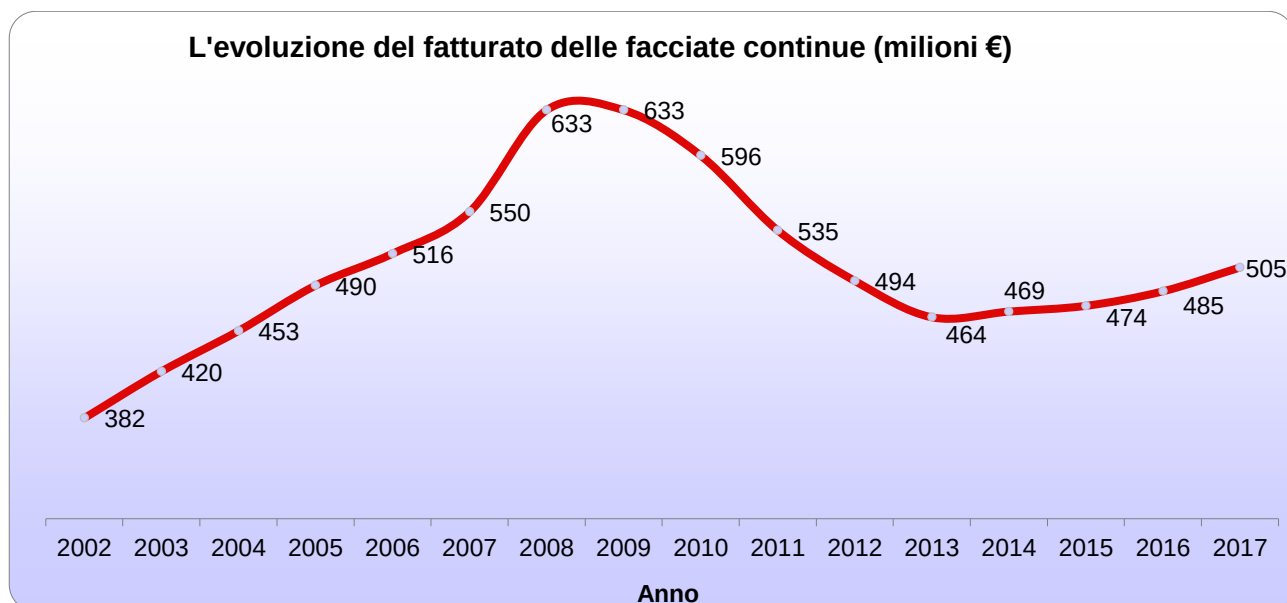
I dati relativi al mercato italiano delle facciate continue confermano un'inversione di tendenza (+8% dal 2014) che è in parte legata ad una ripresa degli investimenti nelle costruzioni non residenziali, in particolare quelle destinate al terziario e quelle pubbliche (Figura 20).

I costruttori di facciate continue sono aziende di medie e grandi dimensioni (16 milioni di Euro di ricavi medi, circa 40 aziende) che adottano un modello di business specializzato e realizzano oltre il 80% dei ricavi con le facciate continue. I costruttori di facciate operano prevalentemente nel segmento delle nuove costruzioni non residenziali, infatti realizzano nel segmento terziario oltre il 57% dei ricavi, e in quello delle costruzioni commerciali circa l'11,4% dei ricavi (Figura 22) e lavorano prevalentemente per clienti di grandi dimensioni (64% delle vendite, Figura 23).

Un contributo rilevante ai ricavi delle aziende proviene anche dai lavori di *recladding*, ovvero di sostituzione delle facciate continue esistenti che incide, secondo le nostre stime, per circa il 15% sul totale del mercato delle facciate e vale poco meno di 80 milioni di Euro.

I costruttori di facciate hanno una presenza consolidata sui mercati esteri, in particolare in Europa, Stati Uniti, Medio Oriente. Fino al 2014 si assiste ad un trend di forte crescita dell'export che subisce una contrazione nel biennio 2015 e 2016 anche per effetto di una moderata ripresa del mercato interno che ha spinto le aziende a concentrarsi sulla domanda domestica, per non perdere opportunità di business. Tuttavia i principali produttori di facciate hanno continuato ad acquisire commesse sul mercato internazionale come si evidenzia dal dato relativo al 2017 quando l'incidenza del fatturato realizzato grazie all'export ha toccato il 47% delle vendite totali (Figura 24).

Figura 20. Valore del mercato delle facciate continue in Italia (milioni di Euro)



Elaborazioni UNICMI

Figura 21. Ripartizione delle vendite per tipologie di prodotti

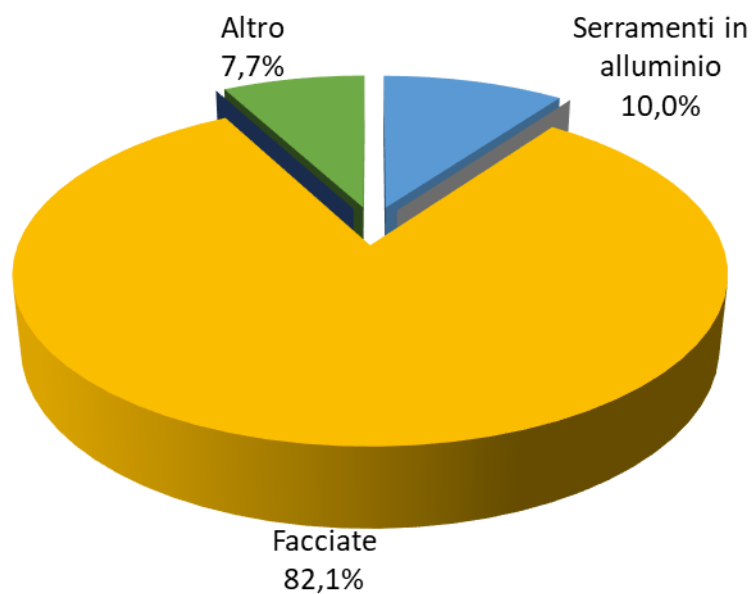


Figura 22. Ripartizione delle vendite per segmenti di mercato

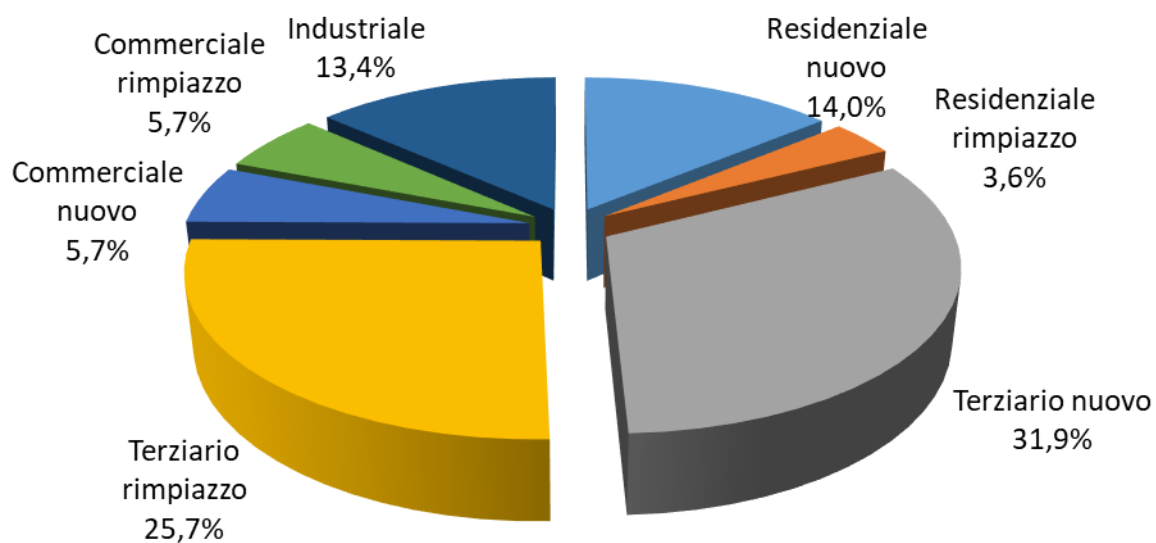


Figura 23. Ripartizione delle vendite per tipologia di clienti

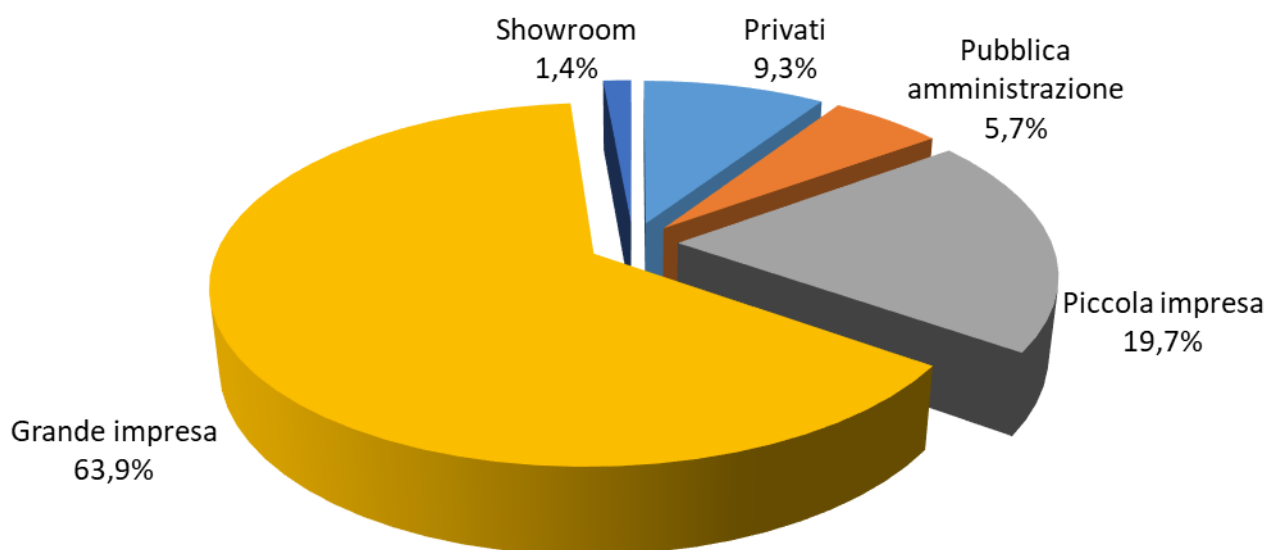
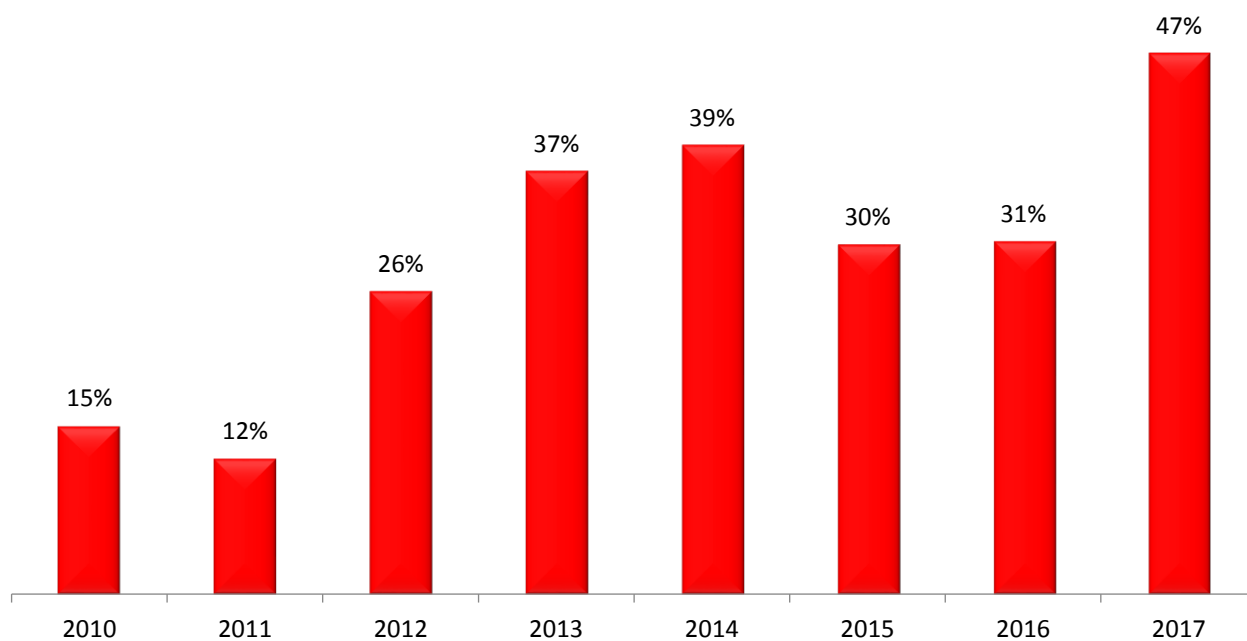


Figura 24. Quota di export dei costruttori di facciate continue

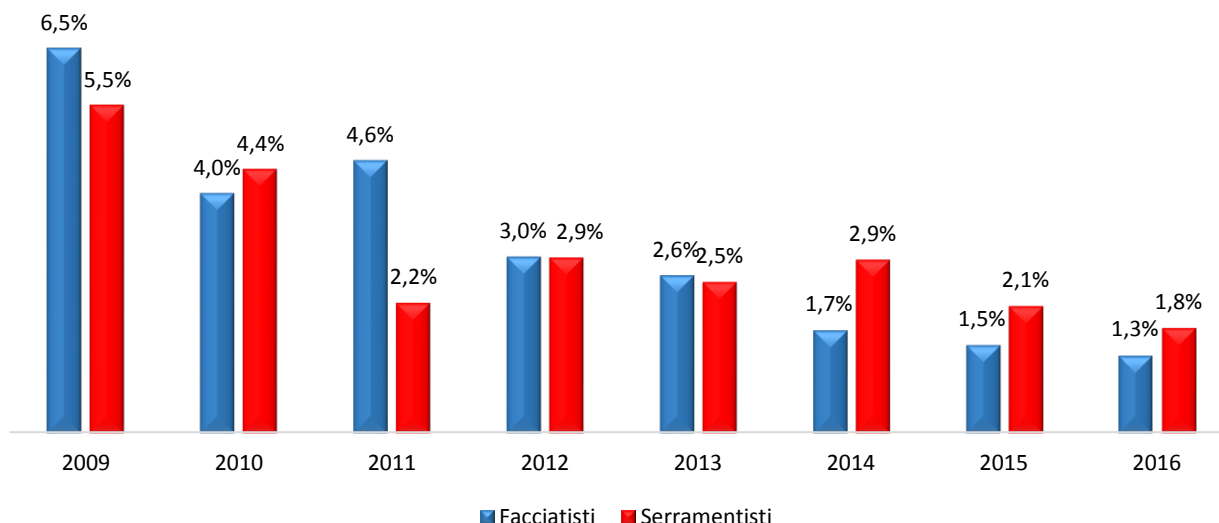


6. Analisi delle performance economiche dei costruttori di serramenti e facciate

UNICMI monitora dal 1999 i bilanci di un campione rappresentativo di costruttori di serramenti in alluminio e facciate continue, focalizzandosi sui seguenti aspetti: analisi delle performance reddituali, evoluzione degli investimenti e della produttività, analisi della struttura finanziaria e della sostenibilità dei modelli di business. Con l'inizio della crisi il margine commerciale ($ROS = EBIT/fatturato$) dei produttori di serramenti si è drasticamente ridotto e, nel periodo 2011-2014 si è assestato tra il 2% e il 3%, nel 2014-2015 si è ulteriormente ridotto toccando il valore minimo dell'1,8% nel 2016 (ultimo anno di bilancio disponibile). Il dato evidenzia che le tensioni sui prezzi hanno comunque portato le aziende a rinunciare ad una parte di marginalità (abbassando i prezzi) pur di incrementare le vendite. Questo risultato è determinato, almeno in parte, anche alla presenza di prodotti a basso prezzo che contribuiscono a comprimere pressioni e margini.

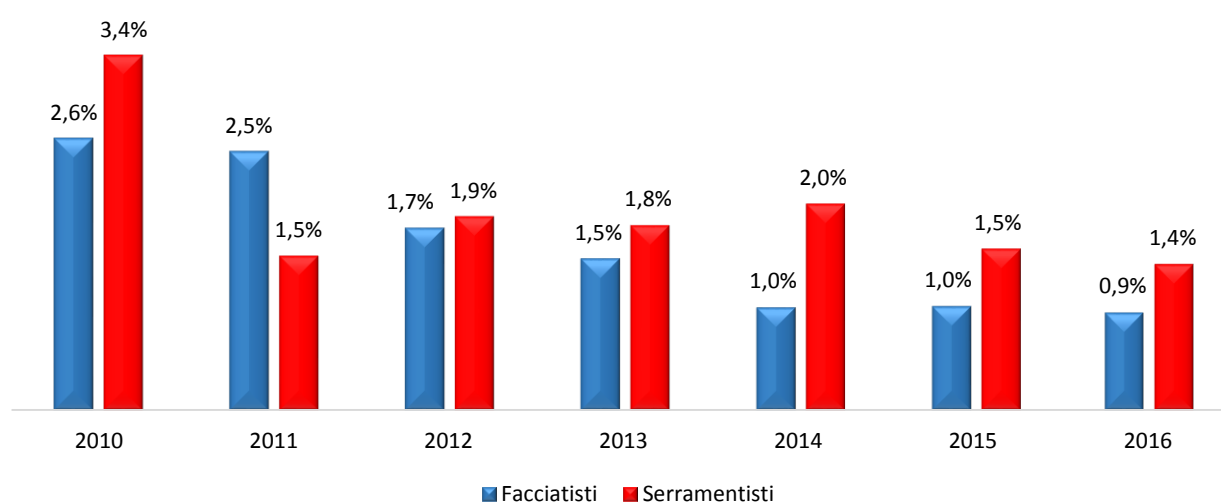
Permane una situazione di crisi per i costruttori di facciate con una costante diminuzione della marginalità. Il comparto è stato penalizzato dal fallimento di alcune grandi aziende che hanno contribuito al decremento della marginalità commerciale. Inoltre le performance risentono delle scelte d'internazionalizzazione di alcune aziende che hanno accettando prezzi molto bassi pur di assicurarsi commesse di grandi dimensioni sui mercati esteri, che in molti casi, hanno avuto difficoltà a gestire generando perdite operative.

Figura 25. Margine commerciale - ROS



La redditività del capitale investito (RONA: EBIT/Attivo Totale Netto) è piuttosto bassa per entrambi i comparti, con una situazione peggiore per i costruttori di facciate determinata da un maggior livello dell'attivo totale netto (costituito prevalentemente da magazzino e crediti verso clienti). A livello di trend il RONA dei costruttori di facciate è sostanzialmente stabile attorno all'1%, mentre quello dei serramentisti subisce un'ulteriore contrazione rispetto al 2014, essenzialmente determinata da una diminuzione della redditività operativa. I dati relativi al RONA riflettono la situazione di difficoltà che interessa alcune imprese specifiche e sono destinati ad un'inversione di tendenza (in positivo) nel 2017, per effetto della ripresa in corso.

Figura 26. Redditività dell'attivo totale netto RONA



La situazione finanziaria delle aziende resta critica nel 2016 anche se si rileva un netto miglioramento rispetto al 2014. Il rapporto tra crediti a breve e valore della produzione nel 2016 si attesta a 41,7% per i facciatisti e al 43,9% per i serramentisti. Il 2015 e il 2016 sono stati due anni relativamente positivi con una diminuzione dell'incidenza dei crediti (verso i clienti) al di sotto del 50%. **La diminuzione dei crediti ha permesso alle aziende di diminuire lievemente l'indebitamento bancario.** Nel 2016, infatti, si registra una diminuzione del tasso d'indebitamento sia per i serramentisti sia per i costruttori di facciate (Figura 28). Il tasso d'indebitamento è strutturalmente più elevato per i costruttori di facciate per via della dimensione media dei lavori che realizzano e si situa a valori "di guardia" (il rapporto tra mezzi finanziari presi a prestito e i mezzi propri è di oltre 4 volte) che difficilmente possono essere accettati dal sistema bancario.

Figura 27. Crediti a breve/valore della produzione

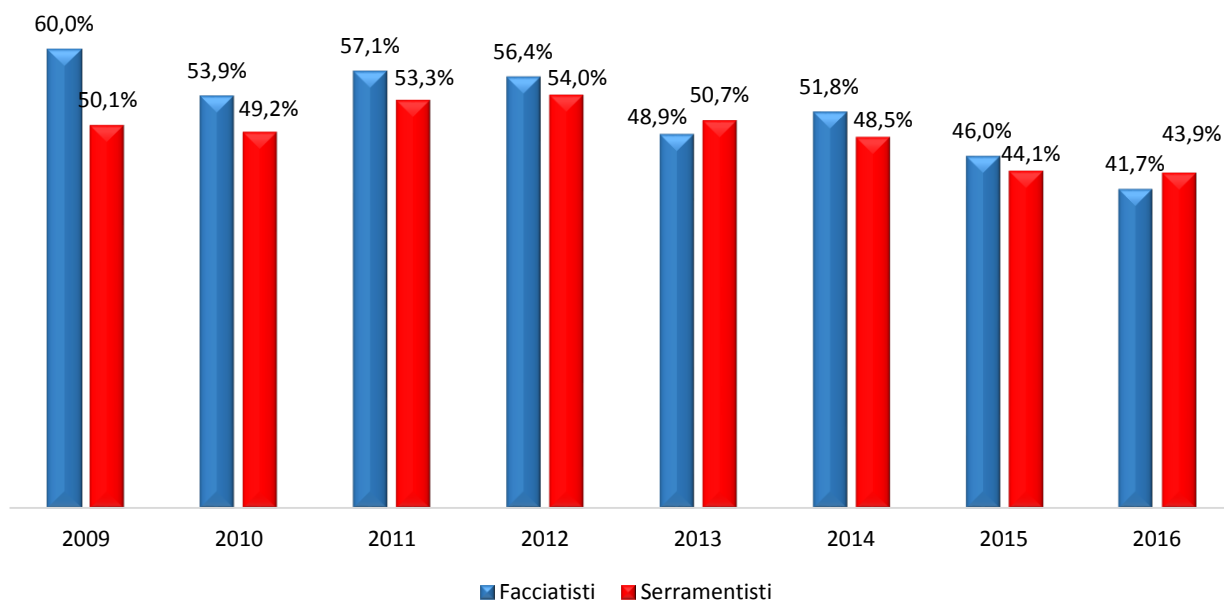
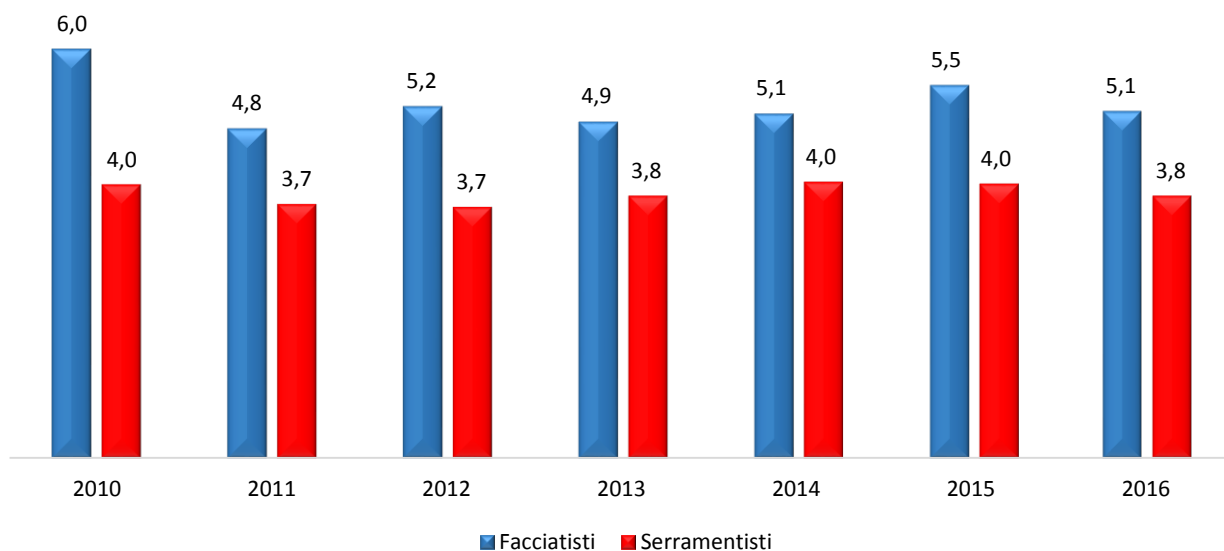


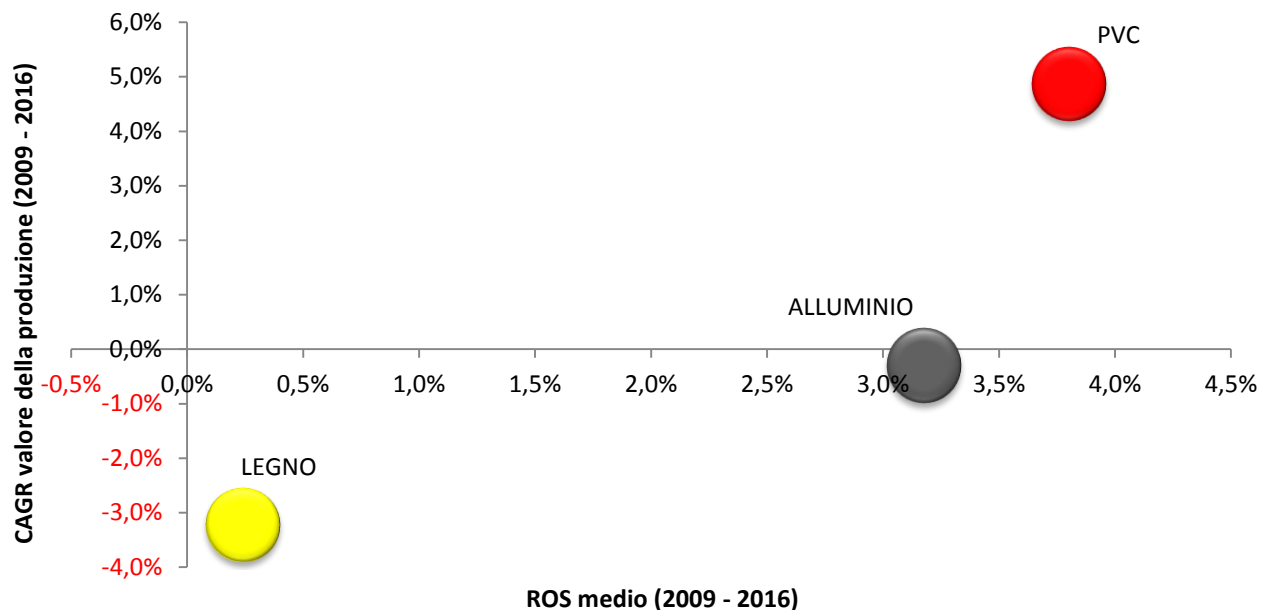
Figura 28. Tasso d'indebitamento iniziale



Per valutare l'impatto della crisi sul settore dei serramenti considerato nel suo complesso, sono state confrontate le performance di tre cluster (campioni) di aziende ciascuno con una specializzazione produttiva ben precisa: produttori di serramenti in legno, produttori di serramenti in PVC, costruttori di serramenti in alluminio. Il confronto è stato effettuato comparando la crescita del fatturato con la marginalità commerciale, e, quindi comparando la redditività degli investimenti con il tasso d'indebitamento, su un periodo che va dal 2009 al 2016.

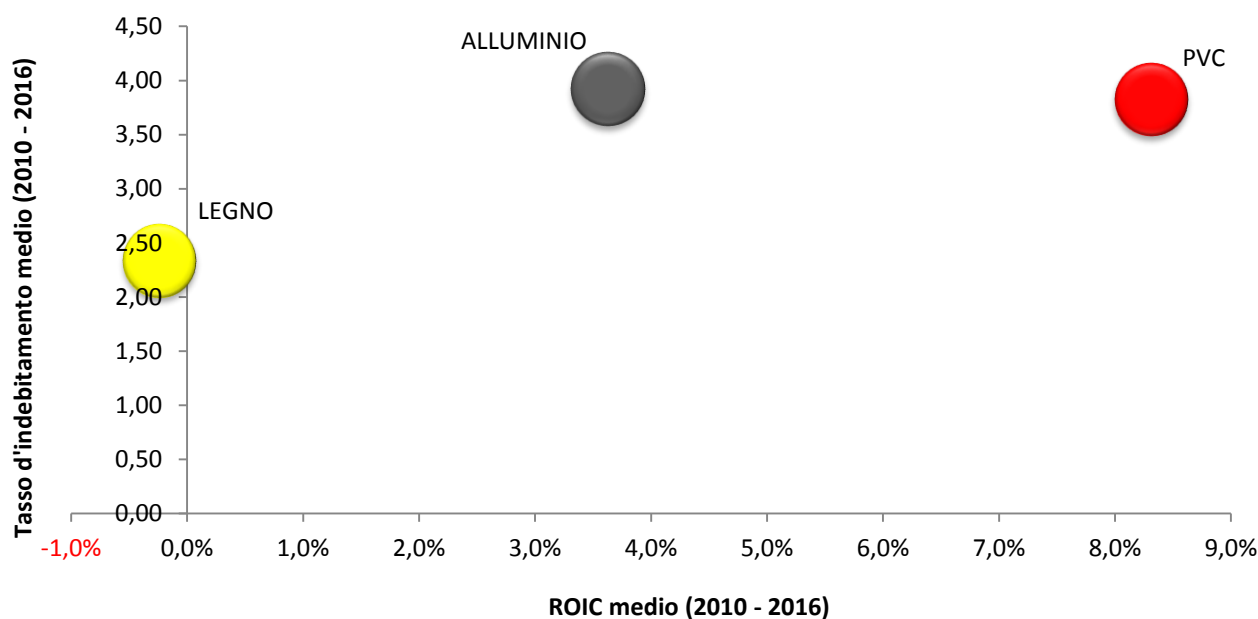
Comparando la crescita (CAGR - tasso di crescita composto annuo) con la redditività commerciale si evidenzia che il cluster del PVC è stato interessato da una crescita dei ricavi nel periodo 2009 - 2016. Il cluster dell'alluminio non è cresciuto nel periodo considerato, quello delle aziende produttrici di serramenti in legno sono state interessate da una riduzione dei ricavi pari al -3,2%. La marginalità commerciale del legno è negativa nel periodo considerato. La marginalità del PVC è del 3,8%, quella dei produttori di serramenti in alluminio è del 3,2%.

Figura 29. Confronto tra redditività commerciale (ROS) e crescita (CAGR del fatturato 2009-2016)



Il confronto tra indebitamento e redditività del capitale investito (Figura 30) ha evidenziato come il cluster del PVC sia riuscito a mantenere un indebitamento piuttosto contenuto (3,8) e ad ottenere una redditività degli investimenti più elevata rispetto gli altri cluster (8,3%), il cluster dell'alluminio ha un tasso di indebitamento non dissimile da quello dei produttori in PVC, tuttavia con un ROIC sensibilmente inferiore (3,6%) rispetto a quello del PVC. Il cluster del legno ha ottenuto le peggiori performance reddituali ma ha un indebitamento più basso rispetto gli altri due cluster. La sfida per i produttori di serramenti in alluminio è quella di incrementare la redditività del capitale investito, facendo leva sui prezzi e sul servizio per mantenere una marginalità adeguata a supportare gli investimenti e l'esposizione finanziaria.

Figura 30. Confronto indebitamento e redditività del capitale investito (2009-2016)



7. Conclusioni e prospettive. Verso una ripresa di qualità

È in atto una ripresa nel settore delle costruzioni, e nel 2018 la domanda continuerà a crescere sia nel segmento residenziale sia nel segmento non residenziale. Il problema che si pone davanti ai produttori di serramenti e facciate continue è quello di capire se si tratterà di una ripresa di qualità, che consentirà alle aziende di riguadagnare marginalità commerciale.

Un primo punto di partenza per rispondere a questa domanda è l'analisi dei dati ISTAT più recenti, relativi ai prezzi nel settore delle costruzioni, che evidenziano un trend positivo di cui potrebbero beneficiare nel 2018 sia i costruttori di serramenti sia i costruttori di facciate continue. La ripresa della domanda, se accompagnata da una ripresa dei prezzi, permette di incrementare la marginalità liberando risorse per gli investimenti.

Un secondo elemento da valutare è costituito dai dati sull'evoluzione del portafoglio commesse dei serramentisti e dei costruttori di facciate che confermano un positivo. La percentuale di costruttori di serramenti che evidenzia una crescita degli ordinativi è balzata dal 31% al 57% in un anno (Figura 32). quella dei costruttori di serramenti dal 38% al 71%, e nessuna azienda evidenzia una contrazione del portafoglio (Figura 33).

Sulla base di questi dati possiamo pertanto confermare le tendenze in atto nel mercato e ipotizzare una crescita per il 2018 del mercato dei serramenti metallici tra il 3% e il 4%, per le facciate continue è possibile ipotizzare una crescita nell'ordine del 4% - 5%. Per entrambi i mercati è possibile fornire un outlook positivo anche per il 2019, con tassi di crescita allineati a quelli che si risconteranno nel 2018.

Il 2018 sarà quindi l'anno della ripresa, ma la vera problematica aperta che resta affrontare è quella relativa alla marginalità, per cui le aziende devono essere in grado di trasformare la domanda di mercato in commesse profittevoli, evitando di seguire la crescita dei volumi fine a se stessa. I bassi margini di profitto non garantiscono la sostenibilità del business, per cui le aziende che intendono crescere e svilupparsi nel lungo periodo devono adeguare i propri modelli di business e le proprie strategie per estrarre redditività dalle vendite.

Una crescita di qualità è possibile se i costruttori di serramenti e di facciate continue operano su due linee di miglioramento,

In primo luogo le aziende **devono perseguire con determinazione il passaggio ad una gestione manageriale**, ridefinendo i processi aziendali, investendo in innovazione gestionale e inserendo in azienda figure manageriali altamente specializzate. Questo tipo di azione non può essere ulteriormente rimandato, infatti solo la corretta gestione dei processi aziendali consente di recuperare marginalità o, almeno di arrestarne la perdita. Questa prima sfida interessa i costruttori di serramenti medio-grandi e i tutti i costruttori di facciate, specialmente quelli che operano sui mercati internazionali.

La seconda parte sfida **riguarda la creazione di valore per il cliente e la differenziazione dell'offerta**. In un mercato che ha spinto verso una progressiva "commoditizzazione" del serramento, specialmente nell'ambito dei lavori di sostituzione, diventa essenziale per il serramentista comunicare la **qualità differenziale della sua offerta** facendo leva non solo sull'assistenza in fase di preventivazione, ma puntando **alla fase di installazione che è quella in cui si realizza la "value delivery", ovvero la trasmissione del valore al cliente**. In questo senso diventa importante la gestione personalizzata del processo d'installazione, **la certificazione di qualità dello stesso e l'offerta di un servizio post-vendita che aumentala percezione di valore associata al prodotto** e, in definitiva, consente al serramentista di non dover operare solo sulla leva prezzo per assicurarsi nuove commesse.

Figura 31. Evoluzione portafoglio commesse - Costruttori di serramenti

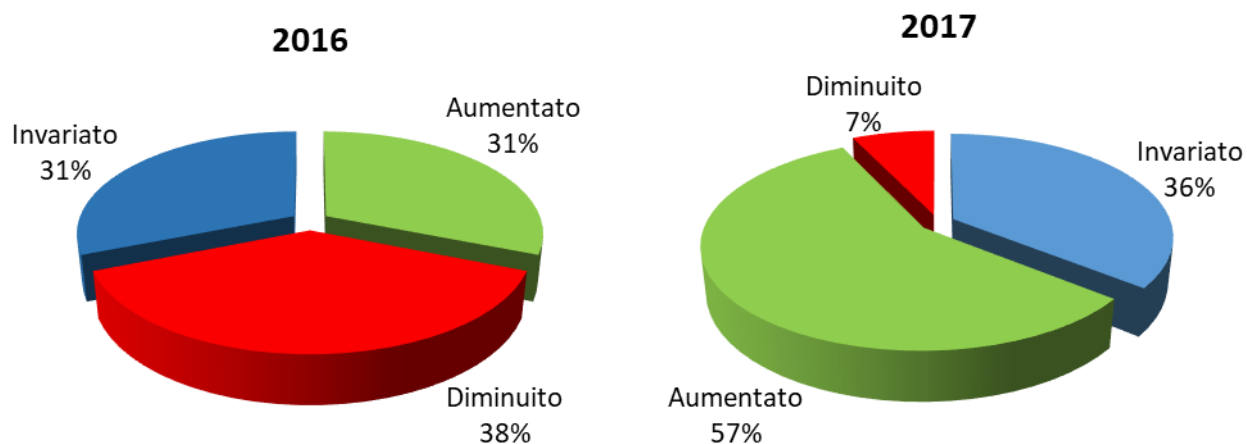
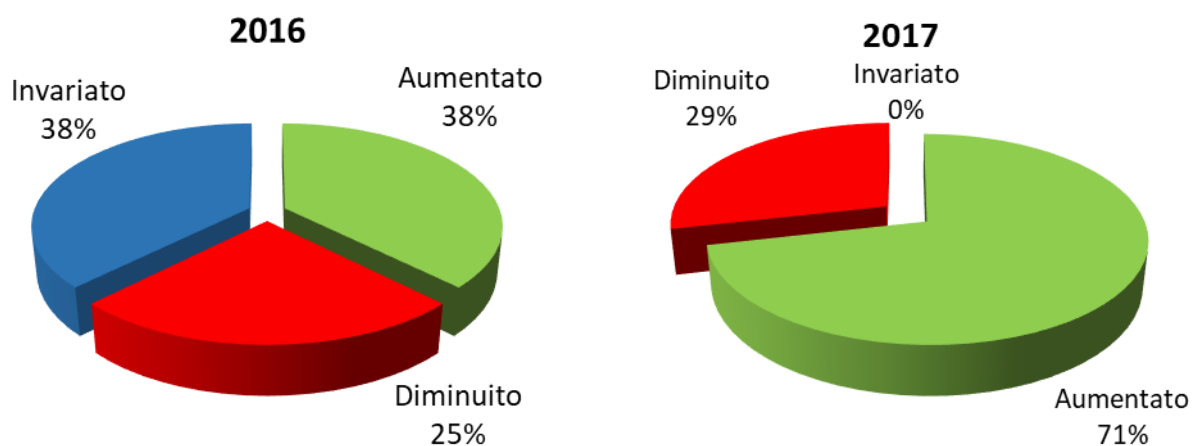


Figura 32. Evoluzione portafoglio commesse (facciate continue) - Costruttori di facciate



8. Nota metodologica

L'analisi dei dati economici di bilancio, nonché l'analisi delle quote di mercato dei diversi materiali, si basa su un campione di aziende produttrici di serramenti metallici e facciate continue, di aziende produttrici di serramenti in PVC e di produttori di serramenti in legno. Il campione rappresenta circa il 30% dell'offerta nel comparto.

I trend del settore vengono analizzati attraverso un questionario somministrato agli associati UNICMI rappresentativi della filiera, con cadenza semestrale dal gennaio del 2011, diventata annuale partire dal 2014. I tassi di crescita del mercato dei serramenti e delle facciate sono stati stimati sulla base dell'andamento degli investimenti nelle costruzioni di ISTAT.

L'elaborazione dei dati del presente report è stata realizzata dall'Ufficio Studi di UNICMI con il coordinamento scientifico del Prof. Carmine Garzia.

Il rapporto è stato chiuso il 30 marzo 2018.

Per informazioni: Ufficio Studi UNICMI

Tel. 02 3192061

Fax 02 31920632

economia@UNICMI.it

www.UNICMI.it