

Mercato riflessivo in Europa

Prodotti perfetti come "frutti della natura"

Protagonisti: Zanasi Serramenti

Il nuovo "System Class"

I ritardi di pagamento

di Marco Santoni

## Notiziario

- 4** • Alphacan si rafforza nei Balcani  
• Lisbona...tra mosaici e azulejos  
• Un Listino prezzi completo  
• La vetrina dei partners Alphacan  
• DFD al Motorshow di Bologna  
• Secondo incontro dei rivenditori Schulz Italia  
• Un ospedale tra i "Sassi"  
• Ancora riflessivo il mercato delle finestre in Europa  
• Le attestazioni S.O.A.  
• www.artigianinet.com  
• Cosa ci riserva il futuro

## Protagonisti

- 16** • Zanasi Serramenti: tecnologia e "cordialità"

## Ricerca e sviluppo

- 18** • Novità e progetti Alphacan  
• Pulizia del cordolo di saldatura  
• I design center

## Speciale

- 22** • Prodotti perfetti come "frutti della natura"

## Qualità e Ambiente

- 24** • Il valore degli errori  
• Corsi A.N.I.T. sull'isolamento termo-acustico  
• Dichiarazione ambientale 2003  
• Rendimento energetico degli edifici  
• Marcatura CE per uscite antipanico e di emergenza

## Spazio Aperto

- 30** • L'organizzazione vendite Italia

## Organizzazione aziendale

- 33** • Prorogate a settembre le agevolazioni fiscali  
• Le norme contro i ritardi di pagamento

## IL NODO

Periodico di informazione Alphacan

### Direttore responsabile:

Marco Santoni

Autorizzazione del Tribunale di Trento

n.1141 del 19.06.2002

n.3, Marzo 2003

### Direzione redazione e amministrazione:

Alphacan Spa

V.le Industria, 1

38057 Pergine (TN)

Tel. 0461.505100

Fax 0461.532559

ilnodo@alphacan.it

redazione@alphacan.it

Il mercato del serramento in Italia è certamente oggetto, oggi, di numerosi dibattiti e discussioni, soprattutto valutandolo in uno scenario di medio termine. E' quindi interessante fare alcune considerazioni.

Pur con tutte le sue vicissitudini e difficoltà, il 2002 sarà certamente da ricordare come un anno buono per l'edilizia così come, nello specifico, per i serramenti.

Sempre parlando del 2002, tutti gli indicatori rispetto al 2001 sono positivi: totale investimenti edili +2,2 %, nuove costruzioni residenziali +2,4 %, ristrutturazioni addirittura +3,0 %. La maggior parte delle nuove costruzioni è stata conseguenza di iniziative private. Un ruolo importante lo ha giocato inoltre la detrazione fiscale del 36%: concessioni aumentate quasi del 40 % rispetto l'anno precedente. Sappiamo inoltre che l'economia si alterna ciclicamente con le diversità di investimenti fra il comparto edile e la borsa: quando un comparto cala (come è stato per gli investimenti in borsa), l'altro ne beneficia. E così è stato.

Parlando specificatamente di serramenti, possiamo stimare, analogamente a quanto visto sopra, una crescita vicina al +3/3,5 % in termini di volume. Per il serramento in PVC, quello che ci interessa più da vicino, la stima è più difficile: si può ipotizzare una crescita superiore al +4,5/5 %. Il 2003 sarà però altra musica.

Questo possiamo considerarlo come un sintetico bilancio dell'anno da poco terminato, ma per il futuro lo scenario non sarà altrettanto favorevole: possiamo giudicarlo statico e non certamente in crescita.... i più pessimisti lo considerano di recessione.

Per l'anno in corso, gli esperti ipotizzano un blocco degli investimenti in edilizia già nel primo semestre, e seguirà peggiorando fino ad immaginare un fine anno negativo e difficoltà estese anche al 2004! Ma chi può veramente dirlo? Le stime e gli scenari di previsione sono interessanti, ma oggi più che mai difficili. Gli eventi e le tensioni in paesi a noi distanti influenzeranno le economie di tutto il mondo ed anche il nostro mercato ne risentirà consistentemente.

### La specializzazione dell'offerta

In questo contesto, più che mai il serramentista deve essere vigile, cogliere i segnali e sviluppare le sue nuove strategie. Per quanto riguarda il settore distributivo, le nuove tendenze prevedono uno spostamento dell'interesse verso prodotti qualificati e di marca. Il consumatore acquisisce di giorno in giorno sempre maggior potere d'acquisto mentre, contemporaneamente, la competizione garantisce al potenziale cliente una grande varietà di scelte ed offerte e ne consolida la sua forza nei confronti dei fornitori. Oltre a questo, i consumatori sono sempre più informati; cercano l'innovazione e prestazioni sempre più avanzate. Il fenomeno "euro" inoltre ha causato una considerevole emorragia, non prevista, nell'economia delle famiglie: oggi un acquisto importante deve essere "digerito" per bene.

I produttori dovranno puntare molto di più sulla valenza dei marchi da commercializzare e assisteremo al nascere di catene di negozi specializzati, magari in franchising. Ogni serramentista dovrà puntare sulla valorizzazione della propria offerta; dovrà far comprendere il "valore aggiunto" del proprio infisso; dovrà fare il massimo sforzo per assicurare livelli superiori di qualità e di servizio: più intelligenza, più prestazioni nel prodotto e nel servizio.

Sarà, perciò, con una forte specializzazione dell'offerta rivolta ad una fascia di mercato medio-alta, quella della ristrutturazione, che il mondo della distribuzione potrà far fronte con successo alle difficoltà ed ai cambiamenti in atto.

