



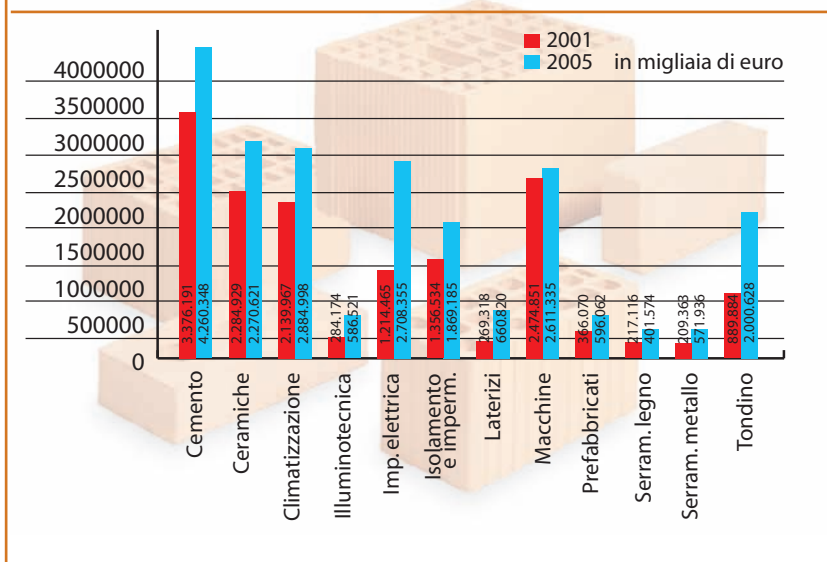
Crescita costante dei volumi, a fronte di una riorganizzazione della struttura produttiva del comparto che ha privilegiato i fenomeni di concentrazione societaria, e una distribuzione geografica dei marchi che ha nel Nord e Centro Italia i suoi baricentri. Cifre e tendenze di un mercato, quello dei laterizi, che sembra non conoscere crisi.

di Roberto Negri

Numeri & Trend

Anche in un mondo delle costruzioni percorso dall'avvento di nuove soluzioni costruttive e materiali high-tech, il laterizio ha saputo mantenere immutato il suo fascino, e con esso il favore del mercato. Questa favorevole tendenza, beninteso, non è stata esente da fasi anche fortemente critiche: fasi che hanno però, in un certo qual modo, aiutato il settore ad evolvere positivamente il proprio assetto, soprattutto dal punto di vista produttivo. La tradizionale parcellizzazione sul territorio di produttori e fornaci ha così via via lasciato progressivamente il passo a un lento ma costante processo di aggregazione e accorpamento, che ha in questi ultimi anni portato a una certa raziona-

Andamento dei principali settori merceologici dell'edilizia - Confronto 2001-2005



lizzazione del comparto: un fenomeno che, con ogni probabilità, è una delle basi su cui poggia, insieme all'immutato apprezzamento verso le sue caratteristiche estetiche e formali, il prepotente ritorno di questo materiale nei capitoli dei progettisti, nei magazzini delle rivendite e quindi in cantiere. Questa tendenza, ormai in atto da alcuni anni, trova la sua più efficace testimonianza nelle cifre: i dati relativi alla produzione e alla vendita registrano infatti ormai da tempo un andamento di segno positivo in costante aumento e, ciò che è ancor più significativo, in rapporto a pressoché ogni famiglia di prodotto, dalle tegole e coppi ai mattoni facciavista, passando per elementi strutturali come murature e solai. Moda? Riconoscimento di proprietà tecnologiche e prestazionali tuttora di grande validità? Fisiologici corsi e ricorsi del mercato? Probabilmente un po' tutte queste cose insieme. Quale che sia la ragione, non c'è però dubbio che il ritorno a un materiale che è profondamente parte della nostra tradizione costruttiva rappresenta un fenomeno positivo tanto per l'economia del settore quanto, non ultimo, per il volto di un territorio non sempre rispettato da scelte progettuali e costruttive coerenti. Ma passiamo ai numeri.

Il parere dell'associazione

Ing. Lorenzo Bari – Consorzio Poroton Italia

◆ *Quale è stato, in questi ultimi cinque anni, l'andamento complessivo del mercato dal punto di vista numerico?*

Sicuramente positivo. La crescita è stata costante e, anche se è difficile definire percentuali precise, si è comunque attestata su livelli piuttosto consistenti. Solo nel 2006 si è registrato un lieve rallentamento, ma comunque all'interno di un panorama di mercato rimasto sostanzialmente positivo. Va comunque precisato che ciò è da inscrivere in una più generale contrazione del giro d'affari complessivo del comparto delle costruzioni che, dopo diversi anni di crescita, ha fisiologicamente registrato un lieve calo. Un fenomeno del tutto naturale, quindi, e che non ha coinvolto il prodotto Poroton in quanto tale.

◆ *In questo quadro, quali tipologie di manufatti hanno registrato il maggiore tasso di crescita?*

L'andamento positivo del mercato cui ho fatto riferimento ha coinvolto in maniera uniforme tutte le tipologie di prodotto. Nell'ultimo anno, tuttavia, la richiesta ha iniziato a concentrarsi in particolare sui manufatti in grado di offrire prestazioni più elevate dal punto di vista dell'isolamento termico: un fenomeno che ha ricevuto impulso dalle nuove normative in materia di risparmio energetico, e che ha anche in questo caso coinvolto un po' tutte le tipologie di prodotti, dai blocchi per murature portanti a quelli di tamponamento.

◆ *La struttura produttiva del comparto ha evidenziato cambiamenti significativi?*

In linea generale, il panorama relativo al nostro specifico segmento è tutto sommato relativamente stabile. Rileviamo piuttosto un diverso fenomeno, consistente nella creazione di società commerciali autonome cui viene affidata la distribuzione e commercializzazione dei prodotti.

◆ *Quanto vale in termini di importanza il canale della rivendita edile nella distribuzione del prodotto?*

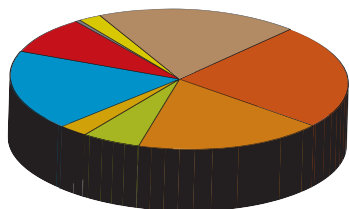
Sicuramente ha assunto nel tempo una sempre maggiore rilevanza. Ad oggi la tendenza dei nostri associati è infatti quella di appoggiarsi in maniera preponderante alla rivendita edile per la distribuzione dei prodotti, con un ricorso piuttosto limitato alla vendita diretta.

◆ *Quali sono state, dal punto di vista tecnologico, le evoluzioni più significative del prodotto laterizio negli ultimi anni?*

Anche se il nostro è un prodotto tendenzialmente maturo, sulla spinta di quelle normative cui ho fatto cenno i produttori hanno puntato con decisione sull'ottimizzazione delle prestazioni termiche dei blocchi, in particolare intervenendo sulle geometrie e la disposizione delle forature all'interno degli elementi. Questa evoluzione ha coinvolto anche le caratteristiche dimensionali dei blocchi e in particolare gli spessori, che dai 30 cm del formato tradizionale sono cresciuti, soprattutto nei mercati del nord Italia, fino a 35/38 cm.

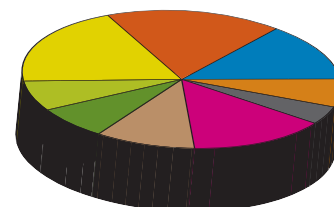


Tipologie di laterizi prodotti in tonnellate e percentuale sul totale



Muro normale 4.020.347 (19,4%)	Solai 3.790.644 (18,3%)
Forati 4.997.348 (24,1%)	Coperture 1.871.024 (9,0%)
Muro alleggerito 3.805.954 (18,3%)	Pavimenti 117.097 (0,6%)
Faccia a vista 1.163.501 (5,6%)	Altro 414.448 (2,0%)
Tavelloni 571.229 (2,8%)	

N° impianti in funzione delle tipologie prodotte



Forati (100)	Coperture (55)
Muro alleggerito (73)	Pavimenti (41)
Faccia a vista (36)	Altro (39)
Tavelloni (26)	Muro normale (107)
Solai (80)	

Il parere dell'associazione

Catervo Cangiotti - Presidente Andil Associazione Nazionale dell'Industria dei Laterizi

◆ *Quale è stato, in questi ultimi cinque anni, l'andamento complessivo del mercato dal punto di vista numerico?*

Il settore delle costruzioni è reduce da un decennio estremamente positivo che, nel quadro di una normale ciclicità del mercato, inizia ad evidenziare sintomi di rallentamento segnalati da tutti i principali osservatori: un fatto di per sé fisiologico, non sorprendente, ma che evidentemente tende ad influenzare l'intera filiera delle costruzioni, ivi compreso il comparto dei laterizi. A fronte dei consistenti investimenti nell'ampliamento e ammodernamento degli impianti sostenuti negli scorsi anni dai maggiori produttori per soddisfare una domanda in costante crescita, l'attuale contrazione di quest'ultima non può non determinare qualche contraccolpo nella struttura del comparto. Tuttavia ciò rappresenta a mio avviso anche una grande opportunità che si offre al settore del laterizio per cogliere alcuni degli stimoli tecnologici che stanno in questi anni percorrendo il mondo delle costruzioni; primi fra tutti quelli legati ai temi dell'ambiente, della sostenibilità e del risparmio energetico. Da questo punto di vista, infatti, un materiale antico ma al tempo stesso di forte modernità come il laterizio ha molte carte da giocare, soprattutto se il bilancio energetico di un edificio viene calcolato – come è corretto fare – in un'ottica di ciclo di vita complessivo.

Se il suo "costo" di produzione, in termini di consumi di energia, è infatti immutato, altrettanto vero è che una volta in opera il suo bilancio è nettamente positivo se raffrontato a quello di qualsiasi altro materiale: bassa o nulla manutenzione, durata garantita, prestazioni costanti nel tempo e buon comportamento anche dal punto di vista statico lo rendono una scelta conveniente e "moderna", del tutto in grado di sod-

disfare le richieste di una progettazione attenta ai temi che ho poc'anzi evidenziato.

◆ *La struttura produttiva del comparto ha evidenziato nell'ultimo decennio cambiamenti significativi: questo processo di razionalizzazione può definirsi tutt'ora in atto?*

Senza dubbio. Una forte accelerazione in questa direzione si è verificata intorno alla prima metà degli anni '90, quando in coincidenza con la crisi generalizzata attraversata dal settore delle costruzioni ha preso avvio una radicale riorganizzazione del sistema produttivo caratterizzata dalla chiusura o assorbimento di un grande numero di piccoli forni e la creazione di grandi agglomerazioni frutto di fusioni societarie e accorpamenti. La successiva ripresa del mercato ha creato nuovamente le condizioni per l'ingresso sul mercato di nuovi soggetti e la crescita di quelli esistenti: oggi, alla soglia di un nuovo prevedibile rallentamento, i giochi si riaprono e i produttori sono chiamati nuovamente a ripensare le proprie strategie, puntando soprattutto su ricerca e innovazione. Un strategia di difficile conduzione in fasi di mercato fortemente positive, e che tendono quindi ad assorbire tutte le energie e il potenziale produttivo per soddisfarne la domanda, anche alla luce della ormai spiccata specializzazione delle linee di produzione che difficilmente consente sperimentazioni non attentamente programmate. Una maggiore competitività, da un lato, dall'altro un calo della richiesta costituiscono, come ho già accennato, un'occasione per cercare nuove strade all'insegna dell'innovazione tecnologica e di prodotto. Come



◆ Le tendenze del mercato: dal 2001...

Come di consueto, per offrire una lettura più dettagliata e fedele degli orientamenti produttivi e distributivi del segmento la nostra analisi ha preso in esame la serie storica 2001/2005 del mercato dei laterizi, nelle sue varie articolazioni di prodotto. La prima di queste annate in particolare ha visto, a fronte di una stabilizzazione dei volumi di produzione, una certa accelerazione di quel processo di accorpamento e modifica degli assetti societari delle aziende produttrici; fenomeno che, con ogni probabilità, ha rappresentato il leit motiv del comparto negli anni più recenti e insieme una delle più importanti ragioni del suo rilancio. Le quantità prodotte, da un lato, sono risultate di poco superiori a quelle del 2000; dall'altro, si sono verificati significativi cambiamenti nel nume-

ro delle aziende produttrici e nella loro struttura. Nel 2001 hanno prodotto laterizi 164 aziende o gruppi di aziende, per un totale di 223 impianti, con una riduzione rispettivamente di 18 aziende e 15 impianti rispetto all'anno precedente. L'acquisizione da parte di grandi aziende o gruppi commerciali di piccole e spesso vecchie fornaci, l'ammodernamento degli impianti, il loro migliore uso (l'indice di utilizzo è stato del 79%) hanno portato ad una produzione media per impianto di 79.500 tonnellate/anno, pari a un più 6% rispetto al 2000. Una razionalizzazione del numero di impianti e della loro dislocazione sul territorio era peraltro inevitabile, dati i rilevanti costi di trasporto del prodotto a fronte del relativo valore, e non a caso questa tendenza, come vedremo, è stata ribadita anche negli anni successivi. Di fatto, nel 2001, 21 aziende o gruppi controllavano il 50% della produzione, con raggruppa-

menti leader dei mercati del Nord-Est e Nord, Centro Italia, Sud-Est e un'influenza comunque marcata anche al di fuori di queste aree. Altrettanto interessante è l'analisi dei trend nelle specifiche tipologie di produzione. Il segmento degli elementi per murature si presentava nel 2001 sostanzialmente stabile, con una flessione nella produzione di laterizi per murature portanti e un aumento di quelli per tamponamento. Il parallelo aumento nella produzione di foratame ha testimoniato un certo aumento nell'uso di strutture intelaiate o di edifici di un certo volume, mentre le costruzioni di uno o due piani, mono-bifamiliari, sono rimaste appannaggio delle murature portanti tradizionali in laterizio. Netto, invece, l'aumento dei volumi di produzione degli elementi faccia avista, su cui molto ha inciso il rinnovato interesse per la tipologia dei prodotti estrusi, che comunque rimane quantitativamente

del resto è dimostrato dalla comparsa sul mercato di manufatti e soluzioni costruttive che uniscono alle tradizionali proprietà del laterizio nuovi contenuti tecnici e performance.

◆ *A questo proposito, quali sono state, dal punto di vista tecnologico, le evoluzioni più significative del "prodotto laterizio" negli ultimi anni?*

Molte novità, come dicevo poc'anzi, hanno riguardato i singoli manufatti: penso, ad esempio, a prodotti come i blocchi rettificati, con tutti i vantaggi che essi comportano in termini di eliminazione dei ponti termici e velocizzazione della posa in opera, o ancora i blocchi a incastro, che hanno dato peraltro vita a interessanti ricerche sperimentali. E poi, naturalmente, la crescita nella varietà tipologica dei manufatti, con la comparsa sul mercato di nuovi formati, un generale aumento degli spessori delle murature (complice anche la tendenza a scomparirli dal conteggio delle volumetrie, che torna a rendere conveniente una soluzione costruttiva come la muratura massiva), e nuovi e più sofisticati sistemi di montaggio. Tendenze, queste, che fanno parallelamente emergere le valenze del laterizio anche in rapporto a temi oggi di grande attualità come quello del risparmio energetico. Sulla stessa onda si collocano tecniche costruttive come le pareti e i tetti ventilati, che oltre ad avere ormai dimostrato la loro efficacia dispongono di un enorme potenziale di mercato, soprattutto per quanto riguarda il recupero e la riqualificazione energetica del patrimonio edilizio esistente. Interessanti novità percorrono anche un segmento di notevole rilievo numerico come quello degli elementi per solai, ambito in cui stanno progressivamente facendo la loro comparsa nuovi manufatti di maggiori dimensioni e che adottano nuove tipologie di alleggerimento, che consentono di ottimizzare i costi di trasporto, movimentazione e posa.

◆ *In questo quadro, quali tipologie di manufatti hanno registrato il maggiore tasso di crescita?*

Sicuramente i blocchi per murature, così come in generale tutti gli elementi in grado di offrire prestazioni interessanti dal punto di vista energetico, evidenziano una notevole vivacità. Ciò per due ordini di motivi convergenti: da un lato, la possibilità di utilizzarli per la realizzazione di murature portanti, anche in zona sismica, con tutti gli immaginabili vantaggi in termini di economicità e semplicità rispetto a una equivalente struttura in calcestruzzo, dall'altro la loro capacità di assolvere alle prescrizioni di legge in materia di performance termiche e acustiche. E' questo, come dicevo, un momento di grandi opportunità per i manufatti in laterizio, che si ripropongono anche oggi come un materiale perfettamente in linea con le esigenze dell'edilizia moderna.

◆ *Qual è la rilevanza della rivendita edile come canale distributivo sul giro d'affari complessivo del settore? E quali, in particolare, le tipologie di manufatti più vendute?*

La sua importanza è costantemente cresciuta nel tempo, e oggi senza dubbio la rivendita costituisce il principale canale distributivo del prodotto laterizio; il tutto nel quadro di un trend di continua crescita. Altrettanto interessante è il fatto che ad essere distribuite in rivendita sono anche le tipologie di manufatti a più elevato contenuto tecnico; cosa che, se da un lato comporta la necessità di una certa crescita culturale della rivendita e dei suoi addetti e una qualche difficoltà in più, almeno in fase iniziale dall'altro, ancora una volta, rappresenta un'occasione di sviluppo e qualificazione. Un modo, dunque, per offrire valore aggiunto al cliente, nell'ottica di un'edilizia di qualità migliore.

minore rispetto al pasta molle. Nel segmento degli elementi per solaio, anch'essa in crescita, nel 2001 si è registrato un consistente aumento nella produzione di elementi per getto in opera, tipologia costruttiva giudicata da molti ormai obsoleta. Una ripresa con ogni probabilità dovuta anche a una maggiore attenzione per la sicurezza in cantiere; infatti nella preparazione degli orizzontamenti, utilizzando travetti e blocchi interposti, è necessario predisporre misure di sicurezza (reti, ecc.) abbastanza dispendiose in termini di materiali e tempo, mentre l'impiego di blocchi per getto in opera, quindi con il piano completo in legname, consente alle imprese di risparmiare. Il 2001 ha visto anche un netto incremento nella produzione di tavole e tavelloni, dopo diversi anni di sostanziale stabilità. Resta sempre l'incognita dell'uso che di questo prodotto viene effettivamente fatto, senza una precisa destinazione ma

utile per qualsiasi cosa in cantiere e fuori. Già da tempo gli stessi produttori si sono interrogati sulla destinazione di un prodotto la cui richiesta è apparsa stabilizzarsi, con oscillazioni in più o in meno, sulle 5/600.000 tonnellate l'anno. Per finire, i dati 2001 sulla produzione di elementi per coperture hanno evidenziato una certa vivacità dell'attività edilizia, rivolta non solo alla ristrutturazione ma anche alle nuove costruzioni. Mentre la maggior parte delle prime prevedono l'uso dei coppi, la cui produzione è rimasta quasi stabile, le tegole (portoghesi, marsigliesi, romane, ecc.), destinate prevalentemente all'edilizia di nuova edificazione, hanno registrato una certa crescita di volumi.

◆ ...al 2005

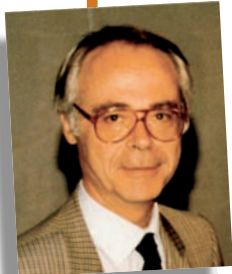
Il positivo trend dell'industria dei laterizi è proseguito fino al 2005, ultimo anno

per il quale sono disponibili dati di mercato ufficiali. Nel corso di quell'anno, infatti, il positivo mercato dell'edilizia residenziale ha avuto un effetto diretto sulla produzione di laterizi, rappresentandone la principale fonte di domanda. Alla crescita di investimenti ha quindi corrisposto un incremento della produzione di laterizi, pari a circa un +3%. In lieve controtendenza solo segmenti di prodotto come mattoni pieni e semipieni, forati e tramezze, mattoni e laterizi da pavimentazione, che comunque evidenziano tassi di contrazione minimi e quindi inseribili nelle normali fluttuazioni fisiologiche del mercato. Venendo appunto al dettaglio delle tipologie di prodotto, si è evidenziata una sostanziale stabilità nella produzione dei singoli comparti; per contro, si è parallelamente assottigliato il divario tra le produzioni e le vendite dei diversi prodotti in laterizio, a testimonianza di una

Il parere dell'associazione

Giorgio Zanarini
Direttore del Consorzio Alveolater

◆ *Quale è stato, in questi ultimi cinque anni, l'andamento complessivo del mercato dal punto di vista numerico? In questo quadro, quali tipologie di manufatti hanno registrato il maggiore tasso di crescita?*



La tendenza generale dell'ultimo quinquennio è stata decisamente positiva. I volumi di vendita di laterizio con marchio Alveolater, in particolare, sono passati da 1.035.000 t nel 2002 a 1.400.000 t nel 2006: una crescita netta, quindi, che non ha evidenziato in questo arco di tempo alcuna flessione. All'interno di questo quadro generale, le oscillazioni numeriche relative alle specifiche tipologie di prodotto sono state determinate soprattutto da fattori di carattere normativo: l'Ordinanza 3274/03, ad esempio, relativa alla nuova suddivisione delle zone a rischio sismico del territorio italiano, ha impresso un certo impulso al segmento dei blocchi semipieni di Classe 45 per murature portanti, così come il D. Lgs. 311/2006 in materia di rendimento energetico degli edifici – e il suo predecessore, il D. Lgs. 192/2005 – hanno stimolato prevalentemente la domanda di blocchi per murature di tamponamento di Classe 60. Il mercato del laterizio alleggerito ad alte prestazioni, insomma, gode di buona salute, e proprio il fatto che le richieste prestazionali dettate dalla normativa più recente lo stiano premiando in questa misura è un indice significativo delle valenze tecnologiche e della modernità di questo prodotto. E anche le leggere flessioni previste in alcune zone del nostro paese – in particolare Nord Est e Centro – rientrano tutto sommato nelle fisiologiche fluttuazioni di un mercato edilizio che, è ben ricordarlo, è in crescita da circa un decennio.

◆ *La struttura produttiva del comparto ha evidenziato in questo lasso di tempo cambiamenti significativi? Tendenzialmente la situazione è oggi tutto sommato stabilizzata. Gli importanti fenomeni di concentrazione delle strutture produttive e commerciali che hanno investito il nostro settore hanno avuto luogo soprattutto tra la fine degli anni '90 e il 2003; qualche movimento rilevante si è ancora verificato nel 2004, ma in buona sostanza il processo di razionalizzazione del comparto si può considerare un dato acquisito.*

◆ *Quali sono state, dal punto di vista tecnologico, le evoluzioni più significative del "prodotto laterizio" negli ultimi anni?*

Alcune tendenze hanno avuto importanti ricadute sulla formulazione dei prodotti, in particolare per quanto riguarda la tipologia dei materiali utilizzati per l'alleggerimento dell'impasto: mentre in origine a questo scopo veniva adottato pressoché esclusivamente il polistirolo e, in un secondo tempo, seppure in modo marginale, la perlite, oggi è rilevabile un deciso orientamento verso materiali rinnovabili, come la farina di legno, materiale ben gradito a chi progetta secondo le indicazioni della bioarchitettura.

Dal punto di vista delle tipologie di prodotto, invece, le normative che ho poc'anzi ricordato hanno inciso in maniera sostanziale sul "disegno" dei laterizi, al fine di sfruttarne al meglio il potenziale in termini di isolamento termico: differente disposizione e geometria delle forature per ottimizzare i flussi termici, e un generale aumento degli spessori dei blocchi (e quindi delle pareti), sono alcuni degli esempi più significativi di questa evoluzione.

Oggi l'ultima e più recente frontiera sembra essere quella dei manufatti – già peraltro diffusi in alcuni mercati come quello tedesco – che integrano già in fase di produzione materiali coibenti, i quali consentono di ottenere buone performance in termini di isolamento termico anche con tipologie costruttive monostrato di limitato spessore.

◆ *Quanto vale percentualmente, nel vostro settore, il fatturato generato dal canale della rivendita edile sul totale complessivo della produzione?*

Sotto questo profilo il nostro settore ha vissuto un cambiamento significativo.

Un tempo, infatti, questo mercato viveva pressoché esclusivamente sulle vendite dirette da parte del produttore. Oggi queste condizioni sono profondamente mutate: tutti i nostri associati si appoggiano in maniera preponderante ai rivenditori edili per la distribuzione del prodotto, e la percentuale delle vendite dirette è assai limitata.

A testimoniare l'importanza attribuita dai produttori a questo canale, sempre più numerose sono le azioni di promozione e divulgazione tecnologica e normativa organizzate direttamente presso i punti vendita: un esplicito riconoscimento del ruolo di veicolo tecnico, e non solo commerciale, oggi svolto dai rivenditori di materiali edili.

maggiore utilizzazione della capacità produttiva per il soddisfacimento di un mercato caratterizzato da una domanda in crescita. Per quanto riguarda la struttura produttiva del comparto, nel 2005 in esso hanno operato 194 aziende e 239 stabilimenti di produzione di laterizi; la massima produzione annua per impianto è stata prossima alle 500.000 tonnellate, circa 90.000 tonnellate la produzione media – confermando quindi quella tendenza all'ottimizzazione dei potenziali produttivi degli impianti stessi -, 66.000 tonnellate la mediana. Confermato anche il

delinearsi di una produzione nazionale ben divisa nelle sue aree geografiche, sotto l'influenza di alcuni grandi gruppi che riuniscono diverse aziende sotto un'unica ragione sociale o detengono partecipazioni in altre aziende o, ancora, ne commercializzano i prodotti. Le prime 13 realtà produttive (gruppi ed aziende), operanti attraverso 43 impianti, nel 2005 hanno immesso sul mercato circa la metà della produzione. Relativamente alla distribuzione territoriale della produzione, Andil ha condotto una rilevazione in rapporto al valore assoluto (migliaia di tonnellate) e percentuale (%)

rispetto alla produzione delle singole tipologie di prodotto) della produzione dei laterizi e il numero di impianti, differenziati per regione. Dai dati raccolti è emerso un quadro che si presta a molteplici riflessioni. In primo luogo si conferma, coem già emerso nel 2001, un concentramento della produzione nel nord del Paese (54%), con un 22% al centro, un 18% al sud e un 6% nelle isole; in questo quadro, Veneto, Emilia Romagna e Lombardia sono le prime 3 regioni per quantità prodotte, e insieme alla Toscana, al Piemonte ed all'Umbria immetto-

I primi dieci produttori

Società	Fatturato 2005	Δ % fatturato 05/04	Valore aggiunto 2005	Mon 2005	Utile 2005	Mezzi propri 2005	Posizione finanziaria netta 2005	ROS 2005%	ROE 2005%
Fantini Scianatico	145.905	7,4	7.442	3.031	1.309	12.232	- 4.637	2,1	10,7
Fbm	89.778	5	40.579	17.014	9.238	53.291	612	19	17,3
Fornaci Laterizi Danesi	75.739	-1,3	32.839	15.009	7.774	53.455	-32.924	19,8	14,5
Industrie Pica	68.368	1,9	24.416	6.019	1.882	24.693	-32.172	8,8	7,6
Gruppo Stabila	54.332	1,9	26.845	12.745	7.023	88.036	-2.181	23,5	8
Wienerberger Brunori	53.688	11,5	27.297	15.822	10.076	31.716	-20.696	29,5	31,8
Terreal Italia	44.268	1,3	20.150	3.246	322	21.211	-28.822	7,3	1,5
Industrie Cotto Possagno	43.665	7,5	16.101	2.862	629	29.318	-12.480	6,6	2,1
Fornaci Scanu	22.200	-1,9	9.507	4.502	2.369	10.300	101	20,3	23
Calderys Italia	17.285	62,2	2.758	438	213	2.221	547	2,5	9,6

Confronto tra produzione e vendita

	(000 tonnellate)	Andil '05	DaP' 05*
		Produzione	Vendite
Mattoni e blocchi normali		4.020	4.345
<i>Mattoni pieni e semipieni</i>		1.059	-
<i>Blocchi portanti</i>		2.308	-
<i>Blocchi tamponamento</i>		654	-
Blocchi alleggeriti		3.806	4.081
<i>Blocchi portanti</i>		3.043	-
<i>Blocchi tamponamento</i>		763	-
Forati e tramezze		4.997	4.966
Mattoni faccia a vista		1.164	1.122
<i>Faccia a vista estrusi e pressati</i>		381	380
<i>Faccia a vista pasta molle</i>		712	741
<i>Mattoni da pavimentazione</i>		71	-
Laterizi da pavimentazione		117	222
Tavelle e tavelloni		571	384
Solaio		3.563	3.625
<i>Blocchi da solaio getto in opera</i>		815	830
<i>Blocchi da solaio per interposti</i>		2.499	2.683
<i>Solaio per pannelli</i>		2494	112
Fondelli		228	229
Elementi per coperture		1.871	1.641
<i>Tegole</i>		1.252	1.047
<i>Coppi</i>		564	593
<i>Pezzi speciali per coperture</i>		55	-
Vasi e pezzi speciali		414	-
Produzione totale		20.752	20.615

no sul mercato oltre i 2/3 della produzione. Murature normali e alleggerite, forati e solai appaiono come i prodotti più "ubiquitari", a conferma di un maggiore legame con il territorio e di un ridotto raggio di commercializzazione; faccia a vista, tavelle e tavelloni, coperture, pavimenti ed altri materiali hanno, invece, una distribuzione "a macchia di leopardo", con particolare concentrazione in Toscana, Veneto ed Emilia Romagna.

Interessanti anche alcune "specializzazioni" regionali: la Toscana primeggia nella produzione di tavelle e tavelloni, pavimenti ed altri materiali; circa 1/3 della produzione di faccia a vista avviene in Emilia Romagna, seguono Marche e Veneto; il 30% delle coperture viene prodotto in Veneto, mentre un altro 30% è diviso equamente tra Toscana ed Umbria.

Anche in termini di numero di impianti, si registra una elevata concentrazione al centro-nord; più di tutti in Veneto, Toscana, Piemonte ed Emilia Romagna. Poco più di 40 (17%) sono gli impianti specializzati in una singola produzione, quindi monoprodotto, mentre mediamente vengono prodotte tre tipologie di laterizio per stabilimento.

* Istituto indipendente di rilevazione: Diretti al Punto.