



Numeri e trend

Blocchi per murature, masselli per pavimentazioni, tegole. Un terzo di manufatti piccoli solo nelle dimensioni, ma di notevole rilevanza sia dal punto di vista tecnologico che formale. Oggi caratterizzato da un profilo di domanda che tende a privilegiarne le tipologie a più elevato valore aggiunto.

Roberto Negri

Quel concetto di industrializzazione edilizia che, affacciato timidamente sulla scena con la ricostruzione post bellica, oggi governa sempre più i processi costruttivi e produttivi, si è nel tempo esplicitato in una serie di manufatti e componenti in calcestruzzo che ai vantaggi della produzione di serie uniscono tutte le virtù di questo materiale. Fra i tanti, abbiamo scelto come protagonisti di questo numero alcuni esponenti che ci sembrano particolarmente rappresentativi del segmento: parliamo di blocchi per murature, masselli per pavimentazioni e tegole in cemento, manufatti con un solido passato, un interessante presente e con un ancor più brillante futuro grazie alla costante evoluzione delle loro performance.

Il mercato

In questa occasione abbiamo scelto di indirizzare la nostra analisi su un segmento più specializzato rispetto ai precedenti, in quanto parte di un comparto merceologico, quello dei manufatti in calcestruzzo, di tali dimensioni e diversificazione da costi-

ultimo, anche per i notevoli cambiamenti attraversati dall'offerta produttiva in questi ultimi anni – dall'altro non impedisce di individuare, anche con una certa precisione, i trend della domanda e dell'offerta e le dinamiche distributive che governano la commercializzazione dei prodotti oggetto della

14 milioni

I metri quadrati di blocchi prodotti nel 2007

tuire un vero e proprio "macrosetto-re". Una decisione che, se da un lato rende difficile un'analisi numerica dettagliata ed estesa nel tempo – non

nostra indagine. L'analisi prende le mosse dal segmento dei blocchi per murature e dei masselli in calcestruzzo per pavimentazioni, manufatti che spesso vengono riuniti concettualmente in un'area omogenea di mercato in quanto almeno in parte condividono profilo di clientela e aree di utilizzo. Molte tuttavia anche le

Il parere delle associazioni

Bello stabile

Blocchi e masselli in parte sono omogenei, in parte si differenziano sia sotto il profilo delle destinazioni d'uso che in relazione alle rispettive dinamiche distributive. Quali sono le tendenze che oggi li governano? Lo abbiamo chiesto ad Antonio Caberlotto, presidente della Sezione Blocchi e Pavimenti di Assobeton.

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

Tendenzialmente buono per entrambe le famiglie di blocchi e masselli, che pure sono caratterizzati da mercati e destinazioni parzialmente differenti. I blocchi per murature, in particolare, che trovano il loro principale sbocco nell'edilizia residenziale, industriale e commerciale per una clientela in larga parte privata, hanno beneficiato della positiva "onda lunga" vissuta nell'ultimo decennio dal settore delle costruzioni, evidenziando eccellenti risultati fino alla prima metà dell'anno appena trascorso. Il successivo rallentamento generale del comparto ha inevitabilmente inciso sul trend di mercato, che comunque oggi non si può dire in crisi quanto piuttosto in lieve rallentamento. Parzialmente diverso è il caso dei masselli per pavimentazioni, prodotto relativamente giovane per il nostro paese e che in questi anni ha potuto godere di sbocchi di mercato sempre nuovi, soprattutto nel settore dell'arredo urbano e verso una committenza in gran parte pubblica. Ciò ha consentito loro, insieme a un progressivo ampliamento delle destinazioni a settori prima appannaggio di altri materiali come la pietra o l'asfalto, di mantenere ritmi di crescita piuttosto sostenuti, anche se fisiologicamente non più al livello degli anni precedenti.

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

Senza dubbio, in entrambi i casi, quelle a più alto valore aggiunto. Se nel caso dei blocchi questo si traduce in un forte apprezzamento del mercato verso quei manufatti che uniscono alle riconosciute proprietà meccaniche di questi componenti valenze sia di natura estetica – come nel caso dei blocchi "faccia a vista" – che funzionale – ad esempio con i cosiddetti "blocchi termici" –, la richiesta nel segmento dei masselli si concentra oggi soprattutto verso quelle tipologie in cui la componente formale, grazie a particolari texture superficiali e trattamenti di invecchiamento, consente loro di proporsi come validi sostituti dei materiali naturali.

◆ *Qual è oggi il ruolo della rivendita nella distribuzione di questi prodotti? E quali le tipologie più vendute attraverso questo canale?*

Si tratta di una analisi non semplice poiché, vuoi per cause oggettive derivanti da alcune caratteristiche di questi manufatti – volumi e pesi consi-

stenti a fronte di un basso valore unitario, necessità di forti stock per soddisfare commesse quasi sempre di ingenti proporzioni, notevole varietà tipologica –, vuoi per la struttura e organizzazione commerciale degli stessi produttori, tradizionalmente legati alla formula della vendita diretta all'impresa, il ruolo del rivenditore è soprattutto quello, peraltro molto importante, di promotore e segnalatore sul territorio per le aziende produttrici. Non ultimo, la rilevanza di una corretta posa ai fini delle prestazioni in opera di questi prodotti ha spinto molte aziende a seguire le forniture in prima persona sino alla posa in opera, organizzandosi con squadre di posa o appoggiandosi a imprese specializzate per fornire veri e propri servizi di costruzione chiavi in mano. In questo panorama, la vendita diretta tramite rivendita si concentra soprattutto su manufatti di base come i blocchi grezzi da intonaco o i masselli grigi per la pavimentazione di piccole aree, spesso richiesti per interventi di limitata entità e curati dall'acquirente privato.

◆ *La struttura del mercato nazionale presenta differenze significative rispetto a quella di altri paesi europei a noi equiparabili?*

Per quanto riguarda un paese come la Francia, a noi molto vicino per modalità costruttive e dinamiche di mercato, il settore distributivo è senza dubbio più organizzato e strutturato, con grandi centri di distribuzione che sono in grado di gestire volumi anche consistenti. In Germania la situazione è sostanzialmente equiparabile a quella italiana per quanto riguarda il segmento dei masselli, mentre in quello dei blocchi la ancora forte diffusione dei manufatti da intonaco consente ai rivenditori edili di svolgere un ruolo di un certo rilievo.

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

Senza dubbio quelle, già accennate, che hanno portato a una forte evoluzione estetica e funzionale dei manufatti. Per i blocchi, in particolare, le ormai innumerevoli declinazioni cromatiche e di finitura superficiale dei blocchi faccia vista, e il potenziamento delle loro performance termiche e acustiche, oggi raggiunte sia con l'utilizzo di materiali leggeri nell'impasto di calcestruzzo che attraverso l'interposizione di materiali isolanti all'interno dei blocchi. Valutazioni molto simili si possono esprimere per i masselli riguardo la loro caratterizzazione estetica, mentre dal punto di vista prestazionale un certo interesse iniziano a riscuotere i cosiddetti "mangiasmog" grazie alle loro proprietà antinquinanti.



differenze. I primi, infatti, trovano oggi il loro sbocco preminente nei settori dell'edilizia residenziale, commerciale e soprattutto industriale, per una clientela che in larga parte si identifica con quella privata, sia essa l'impresa o il cliente finale. I masselli, al contrario, complice un'evoluzione tipologica che ne ha fatto una pregevole alternativa ad altri materiali più tradizionali, hanno nel settore dell'arredo urbano il loro canale di destinazione più rilevante, per una committenza in cui la mano pubblica è largamente preminente. Tratto comune di entrambi i segmenti,

“

13 milioni

I metri quadrati di tegole in cemento prodotti nel 2007

”

il positivo andamento di mercato registrato negli ultimi anni da operatori e associazioni di categoria. Blocchi e masselli hanno goduto fino a tutta la prima metà del 2007 del momento favorevole che ha caratterizzato l'intero settore delle costruzioni, con un'incidenza particolarmente forte dell'edilizia industriale – stimolata da una

serie di provvedimenti fiscali come le "Tremonti" - sul mercato dei blocchi. Allo stesso modo, il generale rallentamento del comparto edilizio evidenziatosi nel secondo semestre 2007 ha inciso negativamente su questi ultimi, per motivi speculari a quelli che in precedenza ne avevano sostenuto le vendite. Un fenomeno che, al contrario, non ha invece coinvolto il mercato dei masselli per pavimentazioni: un prodotto relativamente giovane per il nostro mercato, in cui è presente da poco più di vent'anni, che per tutti gli anni '90 ha vissuto una

“ 50% ”

Il valore del fatturato delle rivendite edili per il mercato delle tegole

vera e propria esplosione e che tuttora è in crescita grazie a un progressivo ampliamento delle sue destinazioni d'uso, molte delle quali in origine appannaggio di materiali come la pietra naturale o l'asfalto. E anche se oggi i tassi annui di crescita non sono più in doppia cifra come alcuni anni or sono, il loro trend di mercato vive ancora una fase espansiva.



In entrambi i casi, comunque, le cifre sono decisamente importanti. Secondo le stime ufficiali della sezione Blocchi e Pavimenti di Asso-beton, che riunisce i produttori nazionali di queste tipologie di manufatti, il mercato 2007 di blocchi e masselli ha infatti registrato risultati notevoli, testimoniati dai 14 milioni di metri quadrati di blocchi e dai ben 35 milioni di metri quadrati di masselli per pavimentazioni prodotti nell'annata appena conclusasi.

“ 30% ”

La quota di mercato delle tegole in cemento nel settore delle coperture

che di mercato evidenziate a proposito di blocchi e masselli. Anche in questo caso, infatti, dopo anni di crescita decisamente interessante il secondo semestre 2007 ha visto un parziale rallentamento pur nel quadro di risultati che rimangono attestati su cifre decisamente importanti. I circa 13 milioni di metri quadrati di tegole in cemento prodotti nell'ultima annata, e che valgono intorno al 30% del mercato complessivo dei piccoli elementi per coperture, rappresentano infatti un risultato di notevole rilevanza: e ciò sia intermini assoluti, sia in considerazione del fatto che si tratta di un successo raccolto nel paese che è tradizionale "patria" del laterizio.

◆ La struttura distributiva

Abbiamo affrontato questo secondo aspetto della nostra analisi con la consapevolezza delle particolarità che caratterizzano, rispetto ad altri comparti merceologici, la distribuzione finale di queste tipologie di prodotti. Particolarità che se da un lato sono oggettivamente ascrivibili ad alcune loro caratteristiche – volumi e pesi consistenti a fronte di un basso valore unitario, necessità di forti stock per soddisfare commesse quasi sempre di ingenti proporzioni, notevole varietà tipologica – che ne rendono difficile in alcuni casi la gestione da parte del rivenditore, dall'altro dipendono anche dalla struttura e organizzazio-

ne commerciale degli stessi produttori, tradizionalmente legati alla formula della vendita diretta all'impresa. Queste particolarità fanno sì che oggi, per quanto riguarda il segmento dei blocchi e dei masselli, la rivendita giochi un ruolo di rilievo nella distribuzione di questi prodotti soprattutto nella veste di canale di promozione e comunicazione, agendo in una qualche misura da "segnalatore" sul territorio per le aziende produttrici. Non va dimenticato, peraltro, che ai fini della resa e delle performance in opera di questi manufatti una corretta posa rappresenta un elemento quanto mai determinante, fatto che ha spinto numerosi produttori a seguire le forniture "dall'ordine fino al cantiere",

“ 35 milioni ”

I metri quadrati di masselli prodotti nel 2007

attezzandosi con squadre di posa o appoggiandosi a imprese specializzate in modo da fornire veri e propri servizi di costruzione chiavi in mano. Quanto alle vendite gestite direttamente dal rivenditore, qualche incidenza in termini numerici è conservata da manufatti di base come i blocchi grezzi da intonaco o i masselli grigi per la pavimentazione di piccole aree, spesso ancora richiesti per interventi di limitata entità e curati direttamente dall'acquirente privato. Parliamo comunque di percentuali assai limitate, tali da sfuggire all'osservazione degli stessi produttori. Gli esiti dell'analisi, al contrario, si rovesciano nel momento in cui la rivendita opera da "recettore" delle richieste tecniche e commerciali del mercato. In questo caso, infatti, ad essere privilegiate sono le fasce di prodotto a maggiore valore aggiunto, quelle quindi che uniscono ai manufatti valenze prestazionali ed estetiche di più alto livel-

Il parere delle associazioni

Performace ed estetica

E' il binomio che ha fatto grandi le tegole in cemento. Prodotti che anche nel nostro paese, tradizionale "patria" del laterizio, hanno conquistato un'importante fetta di mercato. La realtà, le tendenze e le prospettive del settore nelle parole di Vincenzo Cappellini, presidente di Assotegole.

◆ *La tegola in cemento ha ormai da anni un mercato consolidato nel nostro paese: quale è stato il trend di questi ultimi cinque anni?*

Il nostro prodotto ha vissuto una lunga fase di mercato dai connotati decisamente positivi, fase che si è protratta anche nell'ultimo quinquennio, e che ha portato la tegola in cemento a conquistare un ragguardevole 30% sul mercato complessivo dei manufatti per coperture. Una percentuale ancor più significativa se consideriamo che è stata raggiunta giocando, in una qualche misura, "fuori casa": tradizioni costruttive e abitudini estetiche fanno del nostro paese la patria d'elezione del laterizio, di conseguenza i nostri produttori hanno dovuto lavorare con molto impegno e serietà per raggiungere questi risultati. Risultato di cui peraltro ha beneficiato tutto il settore delle coperture, perché la presenza di un prodotto tecnicamente valido come la tegola in cemento in termini di impermeabilità, resistenza e durabilità ha rappresentato per tutti un forte stimolo. A propria volta, i produttori del nostro settore hanno tratto ispirazione dalle valenze estetiche del laterizio per arricchire e connotare meglio anche da questo punto di vista i manufatti; il tutto sempre all'interno di quella logica di "sistema" cui questa tipologia di coperture si è sempre ispirata. Oggi, dopo anni di crescita, assistiamo a un lieve rallentamento, ascrivibile al generale calo conosciuto dal settore delle costruzioni nel secondo semestre del 2007 che ha in un certo qual modo evidenziato la "bolla" produttiva di questi ultimi anni. Si tratta quindi, a mio avviso, di un fisiologico assestamento e riequilibrio di un mercato che comunque si mantiene su livelli decisamente interessanti, come dimostrano i 13 milioni di metri quadrati di tegole in cemento prodotti nel 2007.

◆ *In questo quadro, su quali tipologie di prodotto si concentrano oggi le richieste del mercato?*

Sotto il profilo dimensionale, il prodotto ad oggi più venduto è la tegola da 10 pezzi per metro quadrato, un formato che consente una certa rapidità e praticità di posa; la tendenza dominante, che ritengo avrà sempre più spazio nei prossimi anni, è quella di privilegiare una ulteriore crescita dei formati stessi, come del resto testimonia la già attuale presenza sul mercato di prodotti da 6/7 pezzi per metro

quadrato. Sul versante estetico, come ho già accennato, la politica delle case produttrici è orientata verso un crescente arricchimento estetico e formale della tegola, che si esplica soprattutto nella riproduzione sempre più fedele dei colori tipici del laterizio e sugli effetti di antichizzazione. Si tratta di una tendenza perfettamente coerente con la nostra tradizione costruttiva nazionale, e che risponde a quello che oggi è il profilo di richiesta dominante. Sempre nella stessa direzione si inserisce la realizzazione di manufatti caratterizzati da profilo e curvatura il più possibile simili a quelli delle tegole in laterizio, tali da riprodurre fedelmente i giochi di luce e ombra tipici di questi elementi.

Qual è oggi il peso della rivendita edile nella distribuzione di questi prodotti?

Il rapporto con la rivendita ha vissuto fasi alterne. Sino ad alcuni anni or sono i produttori avevano abbandonato pressoché totalmente questo canale, privilegiando la vendita diretta gestita tramite la propria rete commerciale; una scelta che, tuttavia, creava situazioni potenzialmente dannose, non ultimo per il fatto che molte aziende producevano anche altre tipologie di manufatti in cemento, che in questo modo finivano per trovare poco spazio presso i rivenditori. Un situazione, insomma, che non giovava a nessuno. A questa fase è quindi seguita una netta inversione di tendenza, che ha visto una lenta ricostruzione del rapporto con i rivenditori, passata anche attraverso iniziative commerciali e di formazione alla conoscenza del prodotto; con la crescita del fenomeno delle aggregazioni, poi, l'importanza anche numerica di questo canale è andata via via acquistando rilievo sono ad arrivare alla situazione attuale, in cui la rivendita "vale" in termini di fatturato circa la metà del nostro mercato.

Quali sono state invece, sotto il profilo tecnologico, i più importanti elementi di novità di questi ultimi anni?

Direi senza dubbio il miglioramento e l'ampliamento delle opzioni formali - colori, finiture superficiali, forme - che hanno portato la tegola in cemento a svestire i panni di prodotto esteticamente povero per arrivare a competere con le soluzioni più "nobili". E anche il miglioramento dei materiali di base e dei processi di produzione ha contribuito in misura importante a migliorare ulteriormente i tradizionali punti di forza di questi manufatti in termini di impermeabilità e durabilità.



lo. Spostando il fuoco della nostra analisi sul segmento delle tegole in cemento, abbiamo rilevato come il rapporto con la rivendita di materiali edili abbia vissuto fasi piuttosto alterne. Per una serie di ragioni, infatti,



questo canale distributivo era via via calato di importanza fino a quasi scomparire dal panorama di questi manufatti, la cui vendita era gestita nella quasi totalità dei casi dal produttore tramite la propria rete di vendita. Una dinamica che, tuttavia, aveva determinato nel tempo effetti fortemente penalizzanti per entrambe le parti, che se da un lato rinunciavano a un merceologia dai numeri senz'altro interessanti, dall'altro vedevano precluso un canale distributivo forte di una superiore capillarità e conoscenza del territorio; e non solo per il prodotto tegola, in quanto numerose erano le aziende produttrici anche di altre tipo-

logie di manufatti in cemento. Con il tempo si è quindi assistito a un progressivo assestamento, frutto sia di un ripensamento delle strategie di vendita da parte dei produttori, fondato su una "ricostruzione" del rapporto con le rivendite fatto di iniziative commerciali e divulgative, che ha poi trovato nella nascita e sviluppo dei fenomeni aggregativi un punto di svolta e nuovi impulsi. Oggi vendita diretta e distribuzione in rivendita si spartiscono pressoché equamente il mercato di questi elementi, e questa ritrovata collaborazione è probabilmente una delle ragioni che hanno contribuito all'attuale successo del prodotto. ■