



UNCSAAL

Unione Nazionale
Costruttori
Serramenti
Alluminio
Acciaio
Leghe

*Italian
Architectural
Aluminium
and Steel
Manufacturers
Association*

Via Chieti 8
20154 Milano
tel. +39 02 3192061
fax +39 02 34537610
C.F. 80094510155



**SEGRETERIA GENERALE
GENERAL SECRETARIAT**

Federazione Europea
delle Associazioni di
Costruzioni di Serramenti

*Federation of European
Window Manufacturers'
Associations*



Socio effettivo Federazione
delle Associazioni
Nazionali di Categorie
Industriali Varie

*Active member of the
Federation of the National
Associations of Various
Industrial Categories*



Federazione Industrie
Prodotti Impianti e Servizi
per le Costruzioni

*The Federation of Products,
Machineries and Services
for the Building Industry*

SOCIO 

Ente Nazionale Italiano
di Unificazione

Italian National Standard Body

carta riciclata

Commissione Studi Economici Uncsaal UX-BILANCI

Relazione annuale - marzo 2007

Il mercato dell'involucro edilizio in Italia

Serramenti Metallici
Facciate Continue

Anno 2006
Scenari 2007

Coordinatore Carmine Garzia
Docente di Strategia e Politica Aziendale
Università Bocconi di Milano

Per informazioni: Ufficio Comunicazione Uncsaal

Telefono	02 3192061
Fax	02 34537610
E-Mail	uncsaal.stampa@uncsaal.it
Nadia Sada	3351299961
Enrico Pallavicini	3351299962



Indice

Pagina 3:

- **Il mercato del serramento in Italia nel 2006:** raggiunti i 2 miliardi di euro di fatturato, le scelte dei consumatori hanno anticipato i riflessi di normative e leggi
- **Facciate continue:** continua il trend di crescita e gli appalti medio-piccoli sopperiscono alla lentezza dell'avvio dei "grandi" cantieri

Pagina 5:

- **Fattori chiave e trend del mercato dell'involucro edilizio nel 2007**
Norme e leggi di influenza sul mercato
Altri fattori di influenza sul mercato

Pagina 7:

- **Un comparto da 2,544 miliardi di euro**

Pagina 8:

- **Appendice - L'industria dell'involucro edilizio**

Pagina 10:

- **In uscita a maggio: UX BILANCI uno strumento di analisi delle tendenze di mercato e dei fattori di successo**

**Il mercato del serramento in Italia nel 2006:**

raggiunti i 2 miliardi di euro di fatturato, le scelte dei consumatori hanno anticipato i riflessi di normative e leggi

Facciate continue:

continua il trend di crescita e gli appalti medio-piccoli sopperiscono alla lentezza dell'avvio dei "grandi" cantieri

Il mercato dei serramenti metallici

Se la relazione 2006 affermava che l'andamento del mercato dei serramenti metallici nel 2005 potesse essere sintetizzato in questa frase "è aumentato il valore sia per chi ha venduto, sia per chi ha comprato", il trend registrato nel corso del 2006 può essere riassunto in questo concetto: le scelte dei consumatori italiani hanno anticipato la cogenza della normativa sul risparmio energetico e le agevolazioni fiscali previste per i serramenti ad alte prestazioni di isolamento termico in vigore a partire dal 2007.

Infatti, i segnali emersi dal mercato delle quattro macro aree geografiche italiane, unitamente alle rilevazioni statistiche che hanno analizzato sia il settore civile privato, sia le ristrutturazioni di edifici pubblici [scuole, ospedali, etc.], sia il settore commerciale e direzionale, ci consentono di individuare un trend uniforme sull'intero territorio nazionale: si è arrestata la flessione dei volumi registrata nel 2005 e si è consolidata la tendenza di un incremento del fatturato proporzionalmente maggiore alla produzione di unità finestre.

I DATI:

unità finestra prodotte nel 2006:	3.365.000
incremento dei volumi prodotti rispetto al 2005:	+ 0,2 %
fatturato serramenti metallici 2006:	2.028 milioni di €
incremento del fatturato 2006 rispetto al 2005:	+ 2,1%

L'incremento del fatturato aggregato rispetto alle unità vendute, viene registrato per il terzo anno consecutivo, questa evidenza che la quota di mercato dei serramenti metalli, misurata in termini di valore, continua a crescere. Le ragioni della progressione registrata nell'ultimo anno sono state determinate, secondo le valutazioni di UNCSAAL, dai seguenti fattori:

- L'affermazione sul mercato di serramenti ad alto valore aggiunto dovuta ad una maggiore consapevolezza del consumatore riguardo alla qualità e alla sempre maggiore attenzione del progettista relativamente al ruolo del serramento nell'involucro edilizio, abbinati ad una ancora lenta ma progressiva



industrializzazione del processo produttivo e commerciale dei prodotti.

- La crescita dei servizi ad alto valore aggiunto (analisi delle esigenze di isolamento termico ed acustico, sviluppo di soluzioni tecnologiche ed estetiche personalizzate, integrazione dei serramenti con i sistemi energetici dell'edificio) che i costruttori di serramenti erogano ai progettisti e ai clienti contestualmente alla fornitura dei serramenti.
- La crescita del costo delle materie prime [metalli, legno e materie plastiche] anche a conseguenza dell'incremento dei costi energetici e dei costi di trasformazione.

Come già affermato nella Relazione 2006, va rilevato che la crescita della domanda di serramenti di alta qualità ha trovato un naturale sbocco nell'offerta propria delle imprese italiane del settore.

Il mercato dell'involucro edilizio

Il mercato italiano delle facciate continue nel 2006 ha registrato un ulteriore trend di crescita in gran parte determinato da appalti medio-piccoli che hanno sopperito al rallentamento nell'avvio di grandi appalti legati ad interventi di ristrutturazione urbanistica nelle più importanti città italiane.

I DATI:	
metri quadrati prodotti:	+ 3,0% rispetto al 2005
fatturato facciate continue 2006:	516 milioni di euro
fatturato:	+ 5,4% rispetto al 2006

Nel mercato complessivo delle facciate continue l'export ha assorbito circa il 30% della produzione complessiva, rivolto principalmente verso l'Estremo Oriente, i Paesi dell'Europa continentale [Francia, Germania, Benelux, Spagna] e il Nord America.

I produttori di facciate continue italiani hanno incrementato la loro presenza sul mercato internazionale [sempre più spesso su quello globale], tanto che si può affermare non solo che, mediamente oltre il 50% del fatturato dei primi 5 produttori italiani [fra i primi anche nelle *classifiche* mondiali] è derivato da commesse effettuate all'estero, ma anche che ormai l'Europa è palcoscenico di imprese italiane di media dimensione portatrici di alti livelli tecnologici e determinate a crescere in chiave europea.



Fattori chiave e trend del mercato dell'involucro edilizio nel 2007

Come abbiamo visto dai dati, il settore dell'involucro edilizio in Italia nel 2006, è ulteriormente cresciuto e si è ritagliato un proprio spazio quantitativamente e qualitativamente significativo all'interno del macro-comparto dell'edilizia italiana.

Segnatamente a questi risultati e alle previsioni per il 2007 che fanno supporre un incremento sensibile sia dei volumi ma soprattutto del fatturato, è corretto segnalare come le normative e le legislazioni europee e nazionali abbiano giocato, giochino e giocheranno un ruolo sempre più determinante nel generare dinamiche di mercato.

Norme e Leggi di influenza per il mercato:

- Il 1° febbraio 2007 è iniziato il periodo transitorio della Marcatura CE [marcatura volontaria] e a partire dal 2 febbraio 2009 la marcatura CE sarà OBBLIGATORIA per la libera circolazione di finestre, portefinestre, porte esterne pedonali e finestre da tetto all'interno dell'Unione Europea e attesterà la loro CONFORMITÀ alle norme tecniche previste dalla direttiva Prodotti da Costruzione 89/106 e dalla norma di prodotto EN 14351-1.
- Nel nostro paese si è finalmente concluso l'iter legislativo legato al recepimento della Direttiva Europea 2001/91/CE relativa al rendimento energetico nell'edilizia. Il D.Lgs. 192/05, integrato dal D.Lgs. 311/07 definisce con chiarezza i limiti di trasmittanza termica dei componenti dell'edilizia e, fra questi, i limiti di finestre e facciate continue.
- Dal 1° gennaio 2007 la Legge Finanziaria mette in campo bonus fiscali per chi sceglie componenti dell'edilizia in grado di determinare risparmio energetico. Fra i componenti indicati dal legislatore i serramenti ad elevate prestazioni di isolamento termico, i pannelli solari e fotovoltaici. Per questi prodotti è infatti previsto il 55% di detrazione, sino a 60.000 € in 3 anni sia per le persone fisiche sia per i redditi da impresa.
- La cessazione dell'operatività della Legge Tremonti-bis che prevedeva incentivi fiscali alle imprese che investivano nella realizzazione o nella ristrutturazione di aree immobiliari destinate alla produzione.



- Ancora forte è l'incertezza normativa riguardo alle tematiche degli appalti pubblici [avvallimento, garanzia dei pagamenti, riforma delle SOA] che molto concorrono a disegnare il mercato dei prossimi anni.

Oltre alla cogenza delle normative e delle leggi sopra esposte, in grado di determinare investimenti o preferenze sia nei consumatori [edilizia residenziale], sia nella committenza commerciale e direzionale e di spostare la scelta su prodotti performanti e quindi ad alto valore aggiunto, sarà interessante valutare le ripercussioni sul mercato di una sentenza rivoluzionaria del TAR del Friuli Venezia Giulia che farà giurisprudenza sull'intero territorio nazionale: è illegittimo proibire l'installazione di serramenti non su elementi prestazionali bensì in base al materiale costruttivo.

Altri fattori di influenza per il mercato:

- Presa di coscienza del mondo della progettazione e del consumatore del ruolo dei serramenti metallici e dei prodotti dell'involucro nella soddisfazione dei bisogni di benessere abitativo, interattività, automazione, comfort e design.
- Affacciarsi sul mercato di realtà imprenditoriali impegnate nella realizzazione di "prodotto finito" commercializzato attraverso una rete di rivendite indipendenti o altri costruttori di serramenti.
- Trend di cambiamento della catena distributiva e della commercializzazione dei serramenti: sintomi di crisi nel settore degli showroom indipendenti, affermazione di showroom direttamente gestiti dai costruttori di serramenti, sensibile sviluppo della commercializzazione dei serramenti attraverso rivendite di prodotti edili e grande distribuzione di bricolage.
- Ulteriore consolidamento del sotto-segno Alluminio-Legno: dal 5,2% del 1999 al 13,8% del 2006 sul totale di mercato rappresentato dai serramenti metallici.
- Tempistica dell'avvio dei "grandi cantieri" che interessano interventi di riqualificazione urbanistica e nuovi insediamenti direzionali.
- Affermazione sul mercato di una nuova generazione di prodotti "verdi": pannelli solari, pannelli fotovoltaici.



Un comparto da 2,544 miliardi di euro

Serramenti metallici prodotti
2001-2006

2001	3.120.000
2002	3.500.000
2003	3.587.500
2004	3.480.000
2005	3.358.200
2006	3.365.000

espresso in numero di unità finestra

2001	5.350.000
2002	6.000.000
2003	6.150.000
2004	5.965.500
2005	5.756.700
2006	5.769.000

espresso in metri quadrati

2001	1.600
2002	1.760
2003	1.840
2004	1.875
2005	1.987
2006	2.028

espresso in milioni di euro

Facciate continue prodotte
2001-2006

	Totale Facciate Continue
2001	352
2002	382
2003	420
2004	453
2005	490
2006	516

espresso in milioni di euro

Il mercato italiano dell'involucro edilizio
2001-2006

	Serramenti metallici	Facciate continue	Involucro edilizio
2001	1.600	362	1.962
2002	1.760	382	2.142
2003	1.840	420	2.260
2004	1.875	453	2.328
2005	1.987	490	2.477
2006	2.028	516	2.544

espresso in milioni di euro



Appendice

L'industria dell'involucro edilizio

L'industria del serramento deriva da tre principali settori produttivi (industria meccanica, chimica e del legno) ma afferisce, per il tipo di prodotto finale, al settore costruzioni.

Oltre che realizzare infissi esterni, intesi come finestre, porte, portoni industriali, serrande, persiane e frangisole (in metallo – acciaio, alluminio e leghe speciali – legno e PVC), allo stesso comparto appartengono operatori che realizzano infissi interni – più in generale sistemi di partizione interna, normalmente identificati come “pareti mobili” – facciate continue e sistemi o rivestimenti di facciata.

Il prodotto finito dell'industria del serramento comporta un indotto molto articolato e complesso di prodotti – quasi tutti ad elevato valore aggiunto (semilavorati e componentistica) – e di processi di lavorazione, principalmente legato alle seguenti categorie merceologiche:

- profilati estrusi in alluminio;
- laminati in acciaio;
- lamiere in acciaio, alluminio e altre leghe;
- profilati estrusi in PVC;
- segati in legno ed elementi in legno lamellare;
- sigillanti e colle;
- maniglie ed accessori di movimentazione;
- serrature e serrature di sicurezza;
- verniciature;
- vetri e vetrate isolanti;
- pannelli solari;
- pannelli fotovoltaici;
- pietre naturali e prodotti ceramici;

Sulla base dei dati statistici analizzati (dai Censimenti Intermedi dell'Industria dell'ISTAT ai rapporti del Centro Studi Confindustria) si può stimare che gli operatori del prodotto finito, cioè i costruttori di serramenti, pareti mobili e facciate continue, corrispondano a circa 35.000 aziende, diffuse in maniera ragionevolmente uniforme su tutto il territorio nazionale. Tra queste circa 16.000 utilizzano principalmente metallo, circa 17.000 il legno e 2.000 i materiali plastici (PVC).

Il comparto, al pari di altri legati all'industria delle costruzioni, è caratterizzato da una elevata numerosità e complessità di operatori economici. La dimensione aziendale prevalente è quella della piccola e della piccolissima azienda (che l'ISTAT chiama “impresa artigiana”), per oltre il 75% del totale. In



particolare, la metà delle aziende del serramento metallico non ha addetti (monooperatore).

Per quanto riguarda l'indotto, si stimano circa 700 le aziende italiane impegnate nella produzione e lavorazione di profilati di alluminio, sul territorio nazionale. 2.500 aziende lavorano, assemblano e commercializzano vetri e vetrazioni, mentre quelle che "finiscono", come si dice in gergo (con verniciature, anodizzazioni ed altri trattamenti superficiali) le superfici degli elementi metallici di serramenti e facciate sono meno di un centinaio.

Circa 600 aziende, sono impegnate nella realizzazione di maniglie, accessori di movimentazione, serrature, lucchetti e chiavi, questo, settore praticamente dedicato all'industria del serramento. Poche altre, infine, qualche decina, nel nostro Paese, e poche di queste specializzate per l'industria del serramento, sono le aziende che producono guarnizioni, mentre sono ancor meno quelle che producono sigillanti.



A partire da maggio sarà disponibile:

Ux Bilanci: uno strumento di analisi delle tendenze di mercato e dei fattori di successo

“UX Bilanci” analizza il mercato dei serramenti metallici e dell’involucro edilizio, in particolare si focalizza sull’evoluzione della domanda e dell’offerta e sulle dinamiche competitive in atto nel settore. La ricerca si basa sull’analisi delle performance e delle strategie di un campione di imprese serramentistiche.

La prima parte della ricerca e’ dedicata all’analisi delle performance competitive ed economiche delle imprese, analizzate su un arco temporale di sei anni. Nel periodo preso in esame, il settore dei serramenti metallici e’ stato interessato da un trend di crescita estremamente positivo in termini di volumi, fatturato aggregato e dimensione media delle imprese. L’analisi del percorso di crescita e’ il punto di partenza per la valutazione delle economiche delle imprese: ampio spazio e’ stato dedicato all’analisi delle redditività, quindi sono state analizzate le caratteristiche patrimoniali delle imprese ed in particolare la liquidità e la solidità. Il campione e’ stato analizzato distinguendo le imprese per specializzazione produttiva (facciate, serramenti in alluminio e serramenti in alluminio-legno), per dimensione, per mercato geografico.

Sono state analizzate le politiche commerciali delle imprese: mercati e clienti serviti, canali distributivi utilizzati, gamma di prodotti offerti, livello di servizio fornito al cliente. E’ stato analizzato il processo d’acquisto dei serramenti in funzione della tipologia di ridotto offerto e del tipo di cliente servito. Infine un’ampia parte della ricerca e’ stata dedicata all’innovazione di prodotto e di processo che le imprese serramentistiche hanno implementato negli ultimi 5 anni.

La ricerca si chiude con una parte dedicata ai temi strategici che le imprese dovranno affrontare nei prossimi 2-4 anni per rafforzare la propria competitività e cogliere appieno le opportunità di crescita offerte dal settore.

