

VALORE EDILIZIA

il convegno Sercomated

23 maggio, Confcommercio - Milano

«Un immobile in Europa in media ha una vita di 35 anni, in Italia 85. Quasi il 70% degli edifici nel nostro Paese (solo 21% in Francia) è in classe F e G e l'80% delle famiglie italiane è proprietaria dell'abitazione. Questo significa che ci sono 13 miliardi di metri quadri di abitazioni da ristrutturare. È un dovere riattivare le misure per poter fare questi interventi. Ridurre il bonus ristrutturazione dal 50 al 30% è un atto criminale. Spero che ciò venga derubricato e che ci sia una posizione forte di tutte le associazioni di categorie in merito».

Ha aperto con questi dati e queste esortazioni Luca Berardo, presidente di Sercomated, società creata da Federcomated e facente capo a Confcommercio che riunisce produttori e distributori del mondo edile nazionale. Valore inteso a 360 gradi, come ha sottolineato Giuseppe Freri, presidente Federcomated, perché la creazione di valore per il comparto edile non è solo un tema attuale, ma si declina in diversi aspetti: dalla brand awareness al marketing al sempre più importante ruolo dello store fisico, fino ai nuovi modelli di offerta delle altre filiere - idrotermosanitario (ITS) ed elettrico - che si intrecciano con la distribuzione edile; dai servizi digital alla sostenibilità e circolarità, dalle innovazioni dei materiali fino alle partnership

con i produttori.

Con l'estinzione dei bonus e con la Direttiva Case Green, come sta cambiando il mercato e come si possono cogliere e creare nuove occasioni di business? Secondo un'analisi di Deloitte resa pubblica nei giorni scorsi, attuare la Direttiva Ue Case Green potrebbe richiedere investimenti tra 800 e 1.000 miliardi di euro. Il settore edile, quindi, può e deve ancora giocare un ruolo fondamentale nel comparto economico e sociale del nostro Paese. In tutto questo c'è una partita importante che, negli ultimi decenni e prima del comparto delle costruzioni, è stato giocata da altri settori dell'industria italiana a partire dalla moda: oggi è il momento per la distribuzione dei materiali edili di iniziare a valorizzare

e rinnovare la propria attività per accrescere il proprio valore.

«La direttiva Case Green rappresenterà per l'industria italiana delle costruzioni quello che il boom del mercato cinese ha rappresentato per il settore lusso. Per aumentare la propria competitività e contribuire alla grande evoluzione del settore dell'edilizia, la distribuzione dei materiali può fare tesoro delle strategie e della cultura d'impresa che parecchie filiere italiane hanno sviluppato negli ultimi 50 anni: non solo moda e lusso, design e arredamento, ma anche farmaceutica, cantieristica, vini e alimentare. A livello di singole imprese è indispensabile il salto da rivendita a retail, aggiungendo ai prodotti presentati, pacchetti di offerta costituiti da consigli e istruzioni, conoscenza tecnologica, ricerca di nuovi prodotti e servizi. Sarà fondamentale diventare partner del proprio cliente e insieme partner del proprio fornitore. In questo modo la distribuzione edile potrà anche diventare parte attiva nell'integrazione, che è imminente, con la distribuzione ITS e del materiale elettrico. Un'opportunità, non una minaccia». Questo, in sintesi, il contributo al convegno di Armando Branchini, economista del settore lusso, moda e design, già vicepresidente di Altagamma, docente



di Business Strategy and Management of Luxury Companies all'Università Bocconi di Milano, nonché past president e attuale membro del team esecutivo di ECCIA –European Cultural and Creative Industries Alliance, composta dalle cinque principali organizzazioni europee di beni di lusso e industrie creative (Circolo Fortuny, Comité Colbert, Fondazione Altagamma, Meisterkreis e Walpole British Luxury). Tra i trend più attuali del settore della distribuzione c'è sicuramente la specializzazione e l'ampliamento del mix di offerta della rivendita che si apre, come anticipato da Armando Branchini, verso settori merceologici paralleli al core business ossia l'elettrico e l'ITS, ma anche il fotovoltaico. Esempi e best practice di come si compirà questa evoluzione della rivendita sono stati portati da Andrea Da Re, direttore business unit sustainability Sonepar Italia (leader nella distribuzione di materiale elettrico, presente in 40 Paesi per un fatturato totale di 33 miliardi di euro), Stefano Pizzato, direttore Gruppo MEC store (48 punti vendita, 200 milioni di euro di fatturato aggregato), Gianluca Zanutta, amministratore delegato dell'omonima azienda leader del mercato dell'arredocasa, dell'edilizia e della termoidraulica con decine di punti vendita in Friuli e Veneto orientale e Sandro Scarpari, direttore vendite ITW Construction Products Italy. Come Sercomated supporta questa transizione è stato poi raccontato da Ferdinando Napoli, ceo Edilportale con il progetto con il progetto Etim Italy/Dprice di Sercomated. Del resto, come ha ricordato Berardo, i 4 progetti di Sercomated, tutti rivolti alla creazione di valore, sono proprio: Dprice ed Etim Italy, elementi chiave per la necessaria digitalizzazione del settore e per avere un sistema univoco e standardizzato che consenta di identificare e descrivere i prodotti in modo chiaro e preciso; REC, unico progetto di economia circolare

nel panorama della distribuzione edile; il progettista sistemico, la formazione di Sercomated volta a creare una leva di progettisti capaci di mettere a sistema tutta la filiera (a oggi sono 320 i progettisti abilitati).

Dal PNRR, con i suoi oltre 191 miliardi di euro a disposizione per il settore, alla Direttiva Case Green, dalla sostenibilità al noleggio: queste sono le aree di sviluppo della moderna rivendita. Il PNRR può essere fonte di grandi opportunità per ogni rivendita che, per intercettare i grandi lavori, deve trovare i giusti interlocutori. Come la distribuzione edile può cogliere le opportunità delle opere del PNRR (scuole, edilizia pubblica ecc.)? Adattando la propria rete di vendita e agendo in maniera proattiva con la produzione instaurando delle partnership. A discuterne, Marco Squinzi, amministratore delegato Mapei, Stefano Roncan, direttore commerciale Heidelberg Materials, e Luca Delle Femine, head of strategy Immobiliare.it Insights.

Francesco Freri, presidente REC, ha sottolineato come «il Consorzio REC rappresenta un grande progetto di economia circolare per il riciclo dei rifiuti», aspetto, questo, che secondo Paola De Micheli, Deputata -Vicepresidente della Commissione Attività Produttive della Camera, potrebbe costituire un vantaggio finanziario per chi utilizza materiali riciclati: «L'azione della politica può e deve promuovere questi modelli, incentivando e quindi accelerando i processi di economia circolare in edilizia». La rivendita, per aumentare il proprio valore, deve essere multisettoriale e offrire servizi virtuosi come il servizio raccolta e riciclo dei rifiuti da C&D che rappresenta un'opportunità di business e una leva importante per creare valore. Ne hanno parlato anche Viola Turini, responsabile commerciale EdilViola Firenze e presidente Federcomated Firenze-Arezzo,

Claudio Fantinato, presidente Epiù e Luca Maestri, head of circular economy and platform Circularity Srl, società benefit che supporta le imprese nella riduzione degli impatti ambientali e nell'integrazione della circolarità nei loro modelli di business. Connesso al tema della sostenibilità è il noleggio: area di business sempre più importante che passa esclusivamente attraverso la rivendita edile. Il noleggio è in forte crescita grazie ai lavori collegati al Superbonus e al PNRR e al nuovo stile di utilizzo e di consumo condiviso di macchine e attrezzature. Lo ha raccontato Lorenzo Moretti, responsabile comunicazione Assodimi/Assonolo: «Il noleggio professionale rappresenta un'importante opportunità per la rivendita edile, che può così aggiungere un servizio al cliente a fianco delle proprie attività aziendali. La crescita del noleggio comporta un'espansione anche a settori in cui precedentemente si ricorreva esclusivamente alla vendita. Molte sono le aziende clienti che ne fanno uso come scelta strategica e sempre di più sono le aziende che decidono di inserire il noleggio tra i propri servizi sfruttando punti di forza e marginalità».

“VALORE EDILIZIA. Come portare in alto il valore del prodotto edile” è stato il titolo della decima edizione del Convegno Sercomated che ha proposto ai protagonisti del comparto, rivenditori e produttori di materiali edili, un approfondimento sulle diverse e nuove leve che consentono agli imprenditori della filiera di sviluppare business moderni ed evoluti, multisettoriali e che sfruttano i trend e le opportunità del momento. «Dobbiamo essere innovatori coraggiosi e passare dall'essere architetti di una struttura rigida a giardinieri di un ecosistema vivo e sempre mutevole», ha concluso il presidente di Sercomated Luca Berardo.

www.sercomated.it