



I trend del futuro: impressioni e commenti

Nell'ambito di un progetto di analisi che ha coinvolto professionisti ed aziende selezionate, Maico ha incaricato l'IMP di Innsbruck - studio austriaco di consulenza strategica per aziende - di effettuare una ricerca specifica sui trend futuri del settore dei serramenti. Abbiamo raccolto i commenti a caldo di alcuni partecipanti alla giornata organizzata in Maico per la presentazione dei risultati delle indagini presso i clienti e della ricerca sui megatrend. La parola a Roberto Dolcetti, Federico Paramento di FAM e Roberto Navello.

Quali sono le sue impressioni dopo questa presentazione dei megatrend del futuro?

ROBERTO DOLCETTI: «Sono d'accordo con il signor Wolfgang Reisigl (amministratore delegato di Maico, ndr) quando dice che bisogna cercare di fare associazione verticale e non trasversale, perché le aziende oggi, in un mercato che sta diventando sempre più difficile, devono guardare avanti. E devono farlo anche insieme ad aziende più importanti della propria, anche di altri settori».

ROBERTO NAVELLO: «Secondo me la cosa più interessante è il consiglio di fermarsi ogni tanto a riflettere su quello che ci passa davanti. Spesso

vediamo il futuro come qualcosa di ignoto, che dovrà venire, invece è interessante l'idea che il futuro abbia le sue radici sempre nel presente».

FEDERICO PARAMENTO: «Senza dubbio gli argomenti affrontati sono stati una conferma: la nostra azienda, che nasce come falegnameria storica, aveva investito infatti già tre anni fa in alcune linee produttive industrializzate per la produzione di finestre in PVC; le ipotesi presentate oggi ci confortano nelle scelte fatte allora. Anche secondo noi i trend futuri saranno: un mercato di nicchia per serramenti molto prestazionali, il grosso dei volumi per serramenti destinati a case dal costo contenuto».

Questa ipotesi, della crescita del PVC rispetto agli altri materiali, ha suscitato molti commenti tra i partecipanti. Che cosa ne pensa?

RD: «Il settore serramentistico sicuramente ha avuto una flessione notevole in questi anni; sono con-

vinto che il PVC stia facendo registrare una crescita perché è un prodotto molto prestazionale, che ha dei prezzi competitivi».

FP: «Anche noi in questi anni abbiamo investito in prodotti prestazionali, perché la tendenza del mercato era quella. Ma poi ci siamo resi conto, confrontandoci con le imprese immobiliari alle quali abbiamo fornito i serramenti, che spesso e volentieri queste hanno difficoltà nella vendita degli appartamenti, a differenza di situazioni dove invece si è costruito in modo giusto e congruo mantenendo un prezzo meglio accettato dal mercato. La tendenza sarà quindi di concentrarci su prodotti che garantiscano un comfort più che buono all'interno delle abitazioni, ma che non esagerino nei costi di produzione».

Quale sarà secondo lei l'opportunità da cogliere?

RD: «È difficile dirlo, perché di opportunità secondo me ce ne sono

tante: il fatto stesso di essere qui oggi è già un'occasione di crescita. Penso che crescere in azienda sia l'opportunità maggiore, ma la crescita deve avvenire in ogni settore. Molte volte noi artigiani ci limitiamo a comprare macchine per creare la "produzione eccellente", e poi magari alla base manca il commerciale e tutto ciò che serve a un'azienda per andare avanti. Oggi secondo me un imprenditore deve cogliere le opportunità in ogni settore, deve fare attenzione e, se necessario, le opportunità se le deve anche creare».

RN: «La cosa importante per quanto riguarda il legno è cercare di ottenere un aumento dell'associazionismo, che non c'è o c'è poco. Mentre i comparti del PVC e dell'alluminio probabilmente sono più forti in questo senso».

Quale le è sembrata una delle tendenze che maggiormente potrà influire sul futuro della



sua azienda?

RN: «Una tendenza preoccupante per noi è l'aumento delle quote di mercato del PVC. Speriamo che non sia così azzeccata! Almeno per noi che produciamo in legno! Un altro aspetto interessante che è emerso è il concetto dell'individualizzazione del mercato: l'individuo vuol essere diverso dagli altri. E questo è uno spunto importante che può avere incidenza anche nello sviluppo di alcune strategie aziendali».

Con quale consapevolezza ritorna al suo lavoro?

RN: «Bisogna continuare a investire; il difficile è riuscire a investire sempre nel modo giusto. Bisogna continuare a lottare tutti i giorni: chi si ferma è perduto!».

RS ■

« Bisogna stare molto attenti al presente per cogliere le opportunità per il futuro »

Roberto Navello

