

Relazione del Presidente di apertura dell'Assemblea CONPAVIPER

Carissimi colleghi,

carissimi soci del CONPAVIPER,

mi appresto ad aprire questa nostra Assemblea con molta emozione, forse maggiore di quando fui chiamato a svolgere la mia prima relazione da Presidente.

L'emozione nasce dalla proposta che nel corso della mia relazione arriverò a porvi.

Ma non posso partire dalle conclusioni, e mi è necessario prima riprendere alcuni concetti emersi nel corso dell'ultimo nostro Congresso, che si è tenuto al SAIE nello scorso ottobre.

Il rappresentante del Centro Studi di Confindustria Ceramica ci diede i risultati riguardanti le costruzioni e il settore dei pavimenti. Dai dati si evidenziava **una situazione che non era ormai più possibile definire di crisi, ma con sguardo più oggettivo andava definita con un termine più appropriato: ci troviamo di fronte a una storica RISTRUTTURAZIONE del settore.**

Se nel 2007, infatti, il mercato italiano delle pavimentazioni **valeva circa 300 milioni di mq, nel 2012 si era scesi a circa 180 milioni.** Stiamo parlando ovviamente di tutte le pavimentazioni, da quelle in piastrella a quelle in calcestruzzo, da quelle residenziali a quelle industriali. Con questi numeri non ha più senso di parlare di crisi, **ma siamo obbligati a rivedere e capire nuovamente il mondo in cui dobbiamo operare.**

E già da una prima valutazione ci rendiamo conto che il crollo di questo mercato non sia stato omogeneo: osserviamo infatti che sostanzialmente ha tenuto il mercato del rinnovo delle pavimentazioni, che ormai pesa il 70% del mercato totale, rispetto al mercato del nuovo. E in questo "rinnovo" il residenziale pesa oltre il 70%.

Nei nostri comparti questi dati si sono tradotti in modo diverso, generando evoluzioni diverse sia della domanda che dell'offerta.

Per esempio, nel **settore dei massetti residenziali**, il netto calo del nuovo e la richiesta di interventi di rinnovo – quasi sempre per motivi connessi a un miglioramento energetico della pavimentazione – ha portato a **far crescere la quota dei massetti speciali:** a basso spessore, per massetti riscaldanti, a rapido indurimento. Inoltre, il passaggio a un mercato fatto sostanzialmente di ristrutturazioni ha portato a una polverizzazione della domanda e, quindi a **una minore possibilità di controllo, sia della domanda che dell'offerta.** Tanti piccoli committenti privati senza preparazione, influenzati spesso dall'indicazione della rivendita edile dove si ordina il rivestimento, o del vicino, o del geometra di fiducia.

Nel **settore dei pavimenti industriali** invece – come accaduto per la prefabbricazione industriale – abbiamo potuto assistere a un **vero e proprio tracollo.** Si è passato da un mercato che superava i 40 milioni di mq a un mercato di circa 15 milioni, che come effetti principali ha avuto un ulteriore **calo dei prezzi medi, la chiusura di aziende piccole, medie e grandi, a volte anche di lunga tradizione, e alla nascita di "nuove" aziende, spesso un riciclo delle precedenti, una riduzione**

della fiducia delle banche. E non abbiamo purtroppo la sensazione che la contrazione della domanda abbia almeno portato a un incremento del valore dell'offerta, ma che vi sia stata una involuzione con una minore richiesta in percentuale di pavimenti evoluti.

Nel **settore dei rivestimenti in resina** vi è stato un calo importante ma non sensibile come quello registrato nei pavimenti industriali. Abbiamo visto che alcune aziende hanno **diversificato le attività entrando nel mercato dei pavimenti decorativi e delle pavimentazioni esterne, sempre decorative.** Parimenti, come denunciato al Congresso dal nostro vicePresidente Penati, si è riscontrato che imprese specializzate in altre lavorazioni, alla ricerca di nuovi mercati siano entrate in questo nostro comparto, spesso senza preparazione, portando a un problema di dequalificazione e riduzione ingiustificata dei prezzi.

In conclusione **ci troviamo all'interno di un ciclo di trasformazione delle nostro settore caratterizzato da volumi decisamente più bassi, ingresso di nuovi operatori spesso non qualificati, polverizzazione della domanda e spostamento – su alcuni fronti – su nuove tecnologie.**

In questo contesto abbiamo rilevato che la prima priorità era quella di cercare di dare valore alla qualità dell'offerta, e quindi della specializzazione, dell'esperienza, della qualità dei materiali e dei servizi.

Su questo obiettivo si è concentrato il lavoro di questi ultimi mesi della giunta, ma il problema era ovviamente come farlo. Come dare **evidenza alle COMPETENZE specifiche dei nostri soci.**

In un primo tempo si era pensato a una **sorta di certificazione delle competenze.** Abbiamo infatti provato a definire una sorta di check list delle priorità e poi ragionato con ICMQ, l'istituto di cui siamo soci, su come poter verificare e certificare il rispetto di questi requisiti. Purtroppo, ogni schema ipotizzato **avrebbe comportato un ulteriore onere economico per le aziende iscritte,** un passaggio incompatibile con le politiche economiche attuali. Inoltre, si sarebbe corso il rischio di avere l'ennesima certificazione su un mercato che da poco peso a marchi e bollini.

Avevamo anche provato con una campagna pubblicitaria: ricorderete i manifesti CONPAVIPER posizionati per 2 mesi in 100 autogrill autostradali. Purtroppo il risultato è stato praticamente nullo, almeno in termine di nuovi soci.

Abbiamo quindi spostato l'obiettivo: **dovevamo trovare uno strumento per il mercato, quindi utile, semplice, di immediata comprensione.**

Per farlo abbiamo pensato a quali siano i meccanismi con cui si muove oggi la domanda e si è giunti alla conclusione che, al tradizionale meccanismo del "rapporto diretto", che da sempre porta alcune imprese a rivolgersi agli stessi fornitori con cui si è costruito un rapporto di fiducia, **si sta affiancando sempre con maggiore forza l'uso del WEB e dei motori di ricerca.** "Devo fare un pavimento decorativo: cerco su google ... devo realizzare un rivestimento in resina di un parcheggio: cerco su yahoo ... " e così via.

Internet sta diventando uno strumento sempre più utilizzato per cercare i fornitori ma spesso però **propone informazioni non filtrate, in cui i valori sono appiattiti e più che la competenza prevale la capacità grafica delle aziende** di mettersi in mostra.

Per questo, dopo ampie valutazioni e discussioni, si è deciso di avviare un nuovo progetto, definito “**PATTI CHIARI CONPAVIPER**”. Il nome già anticipa l’obiettivo del progetto: favorire un mercato trasparente che premi il valore dell’esperienza e della competenza.

Cosa prevede il progetto:

- **rinnovo del SITO CONPAVIPER** con l’inserimento di una sorta di **PAGINE GIALLE delle PAVIMENTAZIONI**, in cui ogni socio possa inserire non solo i propri riferimenti e indirizzi, ma anche informazioni sulla propria organizzazione, sulla propria storia ed esperienza, sull’uso di squadre qualificate, e riportare le immagini e dati delle migliori referenze. Il sito sarà ampiamente promosso nel settore.

Il sito verrà realizzato in modo da favorire la massima visibilità sul WEB delle nostre aziende, in modo che se nel futuro un’impresa o un committente dovesse cercare un fornitore qualificato possa farlo con il nostro sito, e utilizzare le informazioni riportate per scegliere quello più adatto. Si potrà osservare che **non abbiamo voluto stilare classifiche**, mettere degli ordini di merito. **Ogni azienda descrive quello che è, in trasparenza, mettendo in rilievo i suoi specifici valori aggiunti.**

- realizzazione di un **banca dati di referenti del settore**: professori, CTU, tecnici, imprese del settore con cui poter avere un rapporto più diretto; una prima banca dati è già stata predisposta e contiene più di 1000 applicatori, circa 700 fornitori del settore e 500 professori.
- definizione di un **contratto generale di fornitura**, da condividere con la rappresentanza delle controparti; è un progetto di cui si sta occupando la sezione massetti e si prevede di realizzarla insieme a un ANCE territoriale, per poi estenderla su base nazionale. L’obiettivo è quello di avere un contratto di fornitura tipo, pre-accettato dalle parti, in cui siano indicati i requisiti base per regolare una fornitura del nostro settore.
- completamento **dell’azione sui prezzari delle camere di commercio**; dopo la pubblicazione sul prezzario di Milano – ottenuta grazie all’intervento del socio Pari – intendiamo procedere estendendo il prezzario anche ai massetti e portandolo in altre regioni.
- rafforzamento della **normativa** di settore. Si tratta di un passaggio chiave in quanto con la polverizzazione del mercato è quindi della domanda – innescando un problema sia della prescrizione che del controllo – è quanto mai necessario rafforzare il sistema normativo. Su questo fronte l’Associazione si sta muovendo da tempo.

Per quanto riguarda i pavimenti industriali stanno per essere **approvate le LINEE GUIDA del CNR sulla PROGETTAZIONE e REALIZZAZIONE dei Pavimenti Industriali**. Dopo il codice di buona pratica (1999) e la norma UNI 11146 (2005) finalmente otteniamo un ulteriore passaggio normativo in cui si attesta che i pavimenti devono essere progettati. Con questo documento, insieme al Consiglio Nazionale degli Ingegneri che ci ha già dato la sua disponibilità, andremo dal Consiglio Superiore dei LL.PP. per chiedere una norma obbligatoria. Un risultato importante quindi, che ci servirà anche per aggiornare il Codice di Buona Pratica.

Per i rivestimenti in resina invece stiamo lavorando alle **Linee Guida CONPAVIPER sui rivestimenti in RESINA**. L’obiettivo è quello di fare tesoro di tutti i documenti già predisposti per costituirne uno esaustivo, utile ai fini contrattuali e operativi.

Per quanto riguarda infine i **massetti** stiamo partecipando con più rappresentanti alla revisione della norma sulla relativa marcatura CE.

- azione diretta di **divulgazione sul territorio**. Tutto questo andrà comunicato. Con questi nuovi documenti in mano organizzeremo degli incontri con i professionisti e le imprese sul territorio, cercando di darne la massima diffusione.

In tutte queste iniziative il rinnovo del **SITO WEB CONPAVIPER** è un passaggio chiave. È fondamentale infatti **realizzare una vetrina per i nostri soci**, uno strumento per comunicare in modo trasparente al mercato quali sono le aziende che hanno l'esperienza sul campo, che si impegnano a rispettare i codici di riferimento tecnico, che lavorano in modo corretto, patti chiari con il cliente, per l'appunto.

Sappiamo però che realizzare tutto questo con le poche risorse che abbiamo a disposizione non sarà semplice e che – per quanto sforzo potremmo impiegare - potrebbe non essere sufficiente per dare un'impronta positiva alla ristrutturazione del nostro mercato.

L'Italia è un Paese corporativo, fatto di correnti, lobby, relazioni. Alcuni settori sono riusciti ad ottenere che le proprie lavorazioni sia fatte da categorie specialistiche, e questo per legge (come per esempio chi opera nel settore delle strutture in legno e delle facciate in alluminio) altri no, e la discriminante è stata la forza con cui ogni associazione poteva mettersi al tavolo delle trattative.

In una società moderna è necessario avere la possibilità di poter inserire un proprio tecnico nelle commissioni UNI, avere un ufficio stampa, poter disporre dei dati di un centro studi, avere qualcuno che si occupa dell'assistenza ai soci ... e tanto altro ancora. Solo in questo modo è possibile poter svolgere una funzione veramente efficace ma tutto ciò richiede una struttura, un'iscrizione ai tavoli che contano (come Confindustria), insomma un budget che da solo il nostro settore non è in grado di mettere a disposizione.

Ecco perché diventa fondamentale da un lato la costruzione di una FEDERAZIONE di filiera forte e dall'altra la nostra adesione – non solo formale - ad essa.

Sto parlando di FEDERBETON, della quale facciamo parte da alcuni anni e che oggi abbiamo anche una delle due vice Presidenze. Con il Presidente Sergio Crippa stiamo costruendo **la nuova FEDERBETON**, pensandola perché sia in grado di dare quei servizi che oggi le piccole associazioni come la nostra non possono permettersi e al tempo stesso **garantirne l'autonomia di rappresentanza**.

Quando la nuova FEDERBETON sarà attiva avremo finalmente una **sede di rappresentanza nelle due principali città italiane, Roma e Milano**, un **centro studi** in grado di monitorare il nostro settore e dialogare costantemente con chi produce i prezziari delle camere di commercio, un **ufficio tecnico** per seguire i lavori in UNI e nelle altre sedi istituzionali, un **ufficio stampa** per fare uscire e conoscere, anche al di fuori del settore, le nostre posizioni. Tutto questo mantenendo la collaborazione delle due persone che da sempre supportano CONPAVIPER, Elena Canzi e Andrea Dari, con la possibilità di poter focalizzare meglio la loro funzione, e riducendo i costi totali della gestione dell'Associazione.

Un progetto che si sta realizzando e che dovrebbe avere la sua luce già il primo gennaio 2015, ma che da ora potrebbe portarci il primo importante beneficio.

Ad oggi CONPAVIPER è iscritta a CONFINDUSTRIA non in modo diretto, ma come recita il nostro statuto attraverso FEDERBETON.

Grazie a un'azione diretta del Presidente CRIPPA abbiamo oggi, per la prima volta nella nostra storia, la possibilità di **poter essere iscritti in modo diretto a CONFINDUSTRIA**, con una quota estremamente ridotta (un quinto della quota normale).

CONPAVIPER si siede così a pieno titolo, e non come semplice invitato, al tavolo di ogni trattativa di settore, diventa direttamente proprietaria dei codici ATECO che con tanta fatica abbiamo ottenuto (e che oggi sono in parcheggio dentro Federbeton), può colloquiare direttamente con ogni associazione industriale del territorio, può utilizzare i servizi centrali e periferici di CONFINDUSTRIA. Ogni nostro iscritto potrà quindi farsi pregio di essere entrato nel club degli industriali italiani, non più semplicemente “quelli che fanno i pavimenti”.

Di qui la mia emozione, dopo un lungo cammino il poter affermare a pieno titolo di presiedere **un'Associazione industriale italiana: CONPAVIPER.**

Dario Bellometti

Presidente CONPAVIPER