

Il mercato della pietra naturale in Germania 2009

Situazione del mercato e tendenze di sviluppo con particolare attenzione all'industria italiana della pietra naturale

eseguito per l':

Istituto Italiano per il Commercio Estero

Schlüterstraße 39

10629 Berlin

redatto da:

Informationsdienst Naturstein

Dipl.-Ing.(FH) Detlev Hill

Bitburgerstraße 30

54293 Trier

Trier, maggio 2009

tradotto dal tedesco da:

Dott.ssa Raffaella Varese-Hagemes

Tutti i diritti di pubblicazione sono di proprietà dell'ICE di Berlino

Indice

1. Situazione del mercato
 - 1.1. L'approccio del consumatore finale tedesco alla pietra naturale
 - 1.2. Globalizzazione del mercato della pietra naturale
 - 1.3. Passaggio dalla nuova costruzione alla ristrutturazione

2. Categorie di interesse
 - 2.1. Aziende per la lavorazione del marmo e della pietra
 - 2.2. Commercio all'ingrosso di pietra naturale
 - 2.3. Posatori di piastrelle
 - 2.4. Commercio all'ingrosso di piastrelle
 - 2.5. Giardinieri e paesaggisti
 - 2.6. Centri del Fai-da-te
 - 2.7. Architetti
 - 2.8. Costruttori edili
 - 2.9. Imprese appaltatrici
 - 2.10. Consumatori finali

3. Gruppi di prodotti
 - 3.1. Blocchi grezzi
 - 3.2. Lastre
 - 3.3. Piastrelle in pietra naturale
 - 3.4. Rivestimenti a lastre per pavimenti
 - 3.5. Pezzi lavorati (cut to size)
 - 3.6. Prodotti per arredamenti d'interni d'alta gamma
 - 3.7. Lapidi sepolcrali
 - 3.8. Prodotti per giardinaggio e paesaggistica
 - 3.9. Prodotti per la costruzione di strade pubbliche

4. Rocce
 - 4.1. Granito
 - 4.2. Gabbro
 - 4.3. Riolite (termine corrente: Porfido)
 - 4.4. Tefrite (Basalto)
 - 4.5. Tufo
 - 4.6. Pietra calcarea in generale

- 4.7. Travertino
- 4.8. Grès
- 4.9. Marmo
- 4.10. Ardesia
- 4.11. Micascisto / Fillite / Metaquarzite
- 4.12. Gneiss
- 4.13. Quarzite a blocchi

Conclusioni

Presentazione dell'autore

1. Situazione del mercato

1.1. L'approccio del consumatore finale tedesco alla pietra naturale

Chi lavora a livello internazionale nel settore delle pietre naturali dovrebbe tener presente le specificità dei singoli mercati di interesse che a volte si differenziano notevolmente. I criteri di differenziazione sostanziali si riferiscono a fattori di carattere culturale e climatico.

Legami culturali risalenti al periodo dell'Impero Romano

Sotto l'aspetto culturale esistono lunghissime relazioni tra la Germania e l'Italia. Già ai tempi dell'Impero Romano i Germani appresero dai Romani ad utilizzare la pietra naturale per lavori di alto livello. A testimonianza di ciò in Germania troviamo ancora oggi molti edifici di quel periodo. I costruttori romani utilizzavano la pietra sia con tecniche ingegneristiche, come per esempio negli impianti degli acquedotti, sia artisticamente, come per la produzione di pavimentazioni in mosaico o rappresentazioni scultoree nelle ville romane.

La cultura italiana e il design italiano furono e sono tuttora tenuti in alta considerazione in Germania. Per molti edifici di rappresentanza in Germania, sono stati appositamente richiesti artigiani italiani per assicurare una manodopera di alto livello qualitativo ed artistico. Grandi filosofi e poeti tedeschi fecero viaggi in Italia per arricchire il loro bagaglio culturale.

Molti tedeschi amano l'atmosfera italiana

La presentazione dei prodotti dovrebbe attirare a livello emozionale e

La cultura italiana, il design italiano, la cucina italiana e l'atmosfera mediterranea hanno ancora oggi un alto valore di immagine per molti tedeschi. Per tale ragione i clienti tedeschi dovrebbero venir avvicinati ai prodotti italiani non solo a livello razionale, ma anche a livello emotivo. Il tedesco esteriormente sembra essere molto razionale, ma in ultimo le scelte di acquisto gli vengono dettate più dalle emozioni che dalla ratio, dove degli argomenti razionali gli sono necessari per non pentirsi a posteriori

contenere inoltre
dati tecnici

dell'acquisto fatto. In questa fase il cliente tedesco farà le sue considerazioni sui prezzi offertigli, sulla qualità del prodotto e sulle caratteristiche tecniche anche in paragone a tutti gli altri concorrenti (ormai di tutto il mondo), per sapere se la sua è stata la scelta giusta. Per questo motivo è opportuno documentare i prodotti con questi dati. Alla fine, però, il cliente tedesco viene spinto all'acquisto da messaggi promozionali recepiti a livello emotivo. Se il suo interesse emotivo viene risvegliato completamente da un prodotto, il prezzo assume addirittura un aspetto secondario. Per ciò che concerne gli aspetti emotivi, si deve tener presente che vi sono delle differenze fondamentali tra italiani e tedeschi sull'interpretazione della pietra naturale.

La pietra naturale
aveva una funzione
di protezione

Originalmente, nella preistoria, la pietra rappresentava per i nostri antenati un'eccellente protezione contro gli animali feroci, i nemici e le intemperie e li faceva sentire al sicuro. Anche nel Medioevo la pietra naturale aveva per i tedeschi una funzione protettiva che si rispecchia nella costruzione di fortezze e mura di cinta. Gli edifici abitativi generalmente non venivano costruiti in pietra, bensì prevalentemente in legno. La costruzione tipica era quella con l'intelaiatura in legno (Fachwerkhaus).

Tradizionalmente
la costruzione tipica
era quella con intela-
iatura di legno

Solo nella parte del basamento, più sottoposta alle intemperie, venivano utilizzate pietre locali più resistenti del legno.

Le condizioni
climatiche
determinano
il tipo di
costruzione

La necessità di tali tipi di costruzione era motivata sicuramente dalle condizioni atmosferiche. La pietra ha una conduttività di calore di gran lunga superiore al legno perciò si preferivano materiali in legno perché più piacevoli. Ai giorni nostri anche le piastrelle in ceramica e la pietra naturale vengono utilizzate nei soggiorni tedeschi. Uno dei principali motivi di questo cambiamento è sicuramente dovuto all'utilizzo del riscaldamento a pavimento. Dato che la propagazione di calore è uniforme, il fatto che la pietra abbia una maggiore conduttività di calore non influisce sulla percezione di benessere. Anzi, questa forte conduttività di calore è addirittura un vantaggio in quanto, in paragone ad altri materiali, permette un riscaldamento molto più veloce dell'immobile.

Questo sviluppo di nessi storici influisce sulla tipologia degli acquisti del cliente tedesco. Come già citato, la pietra

naturale nella storia tedesca è stata utilizzata poco nelle abitazioni. Il suo utilizzo era limitato alle fortezze ed alle mura di cinta o come materiale da costruzione necessario, come per basamenti di case e per camini. Inoltre la pietra veniva usata per edifici di rappresentanza come chiese e, dopo la soppressione delle fortezze, anche dei castelli. Nei secoli successivi anche la borghesia in ascesa si affidò alla pietra naturale come materiale da costruzione in aree urbane, poiché incendi di vario tipo provocavano sovente la distruzione delle case con l'intelaiatura di legno.

Per i tedeschi la pietra naturale era un materiale costoso

La pietra, in confronto al legno, era un materiale da costruzione costoso in quanto nel passato la sua lavorazione era molto più difficile di quella del legno. In Germania le pietre decorative come il marmo erano quindi molto rare nelle case private. In Germania, a parte qualche rara eccezione per il marmo, che oggi sta scomparendo, non ci sono pietre di questo tipo. Solo persone molto benestanti potevano permettersi il marmo italiano o francese.

Oggi anche committenti con uno stipendio medio possono permettersi la pietra naturale

Oggigiorno la situazione è diversa. I prezzi dei prodotti in pietra naturale sono diminuiti notevolmente, quindi quasi tutti i committenti di costruzioni possono permettersi la pietra decorativa per il proprio progetto. Nel passato il prezzo elevato aveva reso la pietra naturale un prodotto di immagine ad alto livello. Colui che poteva acquistare questo prodotto rappresentava qualcosa di particolare. Per questo motivo non c'è da stupirsi se proprio in Germania vi è una forte richiesta di pietre naturali.

L'utilizzo della pietra naturale è per i tedeschi sinonimo di prestigio

La scelta dei tedeschi verso la pietra naturale come elemento decorativo degli immobili non è dettata da una passione per questo materiale ma piuttosto da un desiderio di prestigio e apprezzamento. Molti di loro però non conoscendo le caratteristiche e neanche le irregolarità naturali di questo materiale, possono accettare la presenza di minerali, come per esempio le macchie di biotite nei graniti o le differenze di brillantezza del colore di base nel marmo.

Molti tedeschi non

Tutte le irregolarità sono state subito considerate dei difetti, senza conoscerne

conoscono le caratteristiche proprie della pietra naturale

sufficientemente le proprietà naturali. Molti tedeschi vanno in vacanza in Italia ed ammirano monumenti ed edifici di tutte le epoche, l'utilizzo e la lavorazione delle pietre naturali segnate dall'usura di secoli. Purtroppo queste stesse persone, quando si tratta di graffi o irruvidimento dei loro rivestimenti in pietra, parlano di difetti tecnici. Spesso quindi, quando avvengono dei mutamenti nel materiale, le pietre vengono considerate inadatte all'uso che se ne è fatto. Dipende quindi dai singoli clienti decidere fino a che punto sono disposti ad accettare la patina o i segni di usura su questo materiale. In effetti i tedeschi dovrebbero tener ben presente che dai prodotti naturali bisogna saper accettarne i capricci della natura. Chi è in grado di accettarne questo aspetto, resterà a lungo soddisfatto della sua pietra naturale, un prodotto che non è statico ed immutabile, ma un materiale che invecchia con il suo proprietario. Su questo punto ci sarebbe da fare un lavoro di base per poter trasmettere ai committenti la giusta disposizione nei confronti delle pietre naturali.

Per legge sono obbligatorie le indicazioni su eventuali variazioni

Purtroppo si nota sovente nella giurisdizione tedesca che le differenze di colore e di struttura vengono considerate dei difetti visibili e per lo più l'azienda produttrice viene incolpata di aver contravvenuto all'obbligo di far presente di eventuali cambiamenti nel materiale. Come prova vengono presi dei campioni del materiale utilizzato che presenta variazioni. Se il grado di tolleranza stabilito per il materiale utilizzato supera quello dei campioni, spesso si creano problemi per l'azienda produttrice che vedrà venir deprezzato il suo prodotto.

La richiesta di campionature è regolata secondo norme dettagliate

Oggi giorno le richieste di campionature vengono regolate da norme europee come la EN 12057, specifiche per pietra naturale – prodotti finiti e piastrelle e la EN 1208, specifiche per pietra naturale – prodotti finiti, piastrelle per pavimento e rivestimenti di gradini.

Le richieste di regolamentazione sono raramente applicabili

Qui di seguito un passaggio riguardante la campionatura:
....in particolare la prova-campione deve apportare le caratteristiche specifiche della pietra come fori per il travertino, fori di tarli per il marmo, venature di vetro, macchie di ruggine, venature di cristallo....

Coloro che si occupano di vendita all'ingrosso sanno bene che questo tipo di richieste in pratica non possono venir soddisfatte.

Aumento delle imitazioni in ceramica

L'industria della ceramica di fronte alla richiesta dei clienti di una "uniformità irregolare", ha reagito offrendo loro delle imitazioni di pietre naturali che a stento si differenzia da quelle originali. Su questo punto bisognerebbe fare appello agli architetti perché si impegnino all'utilizzo di materiali originali. Anche se il grès ceramico visivamente assomiglia alla pietra naturale, esso resterà sempre un'imitazione in ceramica. Oltretutto la pietra naturale va apprezzata non solo al momento della messa in opera, ma nel periodo di utilizzo. Solamente con la patinatura la pietra naturale raggiunge visibilmente la sua vera caratteristica.

In Germania nel 2007 vi è stato un consumo di 2.276.000 tonnellate di pietra naturale. Di queste soltanto 410.000 tonnellate prodotte in Germania (Fonte: Stone 2008 – World Marketing Handbook, Carlo Montani).

1.2. Globalizzazione del mercato

Strutture che cambiano

"Non c'è niente di più costante del cambiamento". Oggigiorno non sono solo i settori del tempo libero, del tessile e dei computer ad essere soggetti ad un rapido cambiamento di mercato. Anche nel settore delle pietre naturali riscontriamo sviluppi e variazioni di mercato sempre più veloci, dovuti sicuramente alla globalizzazione delle relazioni commerciali e all'aumento dell'uso di internet. Anche il mercato delle pietre naturali è diventato globale. Sebbene già da anni il settore delle pietre naturali operi a livello internazionale e vengano effettuati trasporti di pietre da oltreoceano, negli ultimi decenni vi è stato un sostanziale cambiamento della varietà di assortimento offerta dai produttori internazionali. La crescita degli assortimenti sul mercato tedesco è stata determinata prevalentemente dalle offerte delle fiere di settore in Italia e in Germania e da quelle dei grossisti italiani.

Alcuni concorrenti inizialmente nel commercio di blocchi di materia prima sono oggi

Oggi anche nei paesi di origine vengono fabbricati i prodotti finiti. Quelli che prima erano solo fornitori di materie prime, sono diventati fornitori di prodotti finiti che si spingono sui mercati internazionali offrendo per lo più prezzi bassi come "spinta all'acquisto". Da ciò è iniziata una vertiginosa caduta dei prezzi che ha portato a delle situazioni rovinose in alcuni i segmenti di mercato.

fornitori di prodotti finiti

Oltre al rischio che con i prezzi attuali non si ottengano più gli utili necessari, questi prezzi al ribasso hanno provocato una caduta di immagine delle pietre naturali su architetti e progettisti.

Con prodotti di massa si ottengono pochi utili

Il mercato si è ormai diviso da una parte in un segmento di prezzi alti e dall'altro in un segmento di merce di massa a prezzi bassi. Il segmento di prezzi medi viene apprezzato sempre di meno. E' particolarmente importante far conoscere ai consumatori finali e agli architetti il valore della qualità, della resistenza all'usura, del guadagno in immagine e in qualità della vita dei prodotti ad alto prezzo, dato che con i prodotti di massa si ottengono pochi utili.

La crisi finanziaria in Germania non ha provocato un calo degli acquisti

Prevedere delle tendenze a breve e medio termine è molto difficile per via dell'attuale crisi finanziaria ed economica. Gli eventi attuali hanno già fatto registrare un forte calo dei consumi sul mercato americano. Certamente l'intensità della crisi sarà diversa da un paese all'altro. Per ora in Germania non si registra una cautela negli acquisti. Inoltre da parte del governo sono stati decisi alcuni piani di rilancio per rafforzare il mercato interno. Questi piani di rilancio economico, pur essendo stati messi a punto per altri obiettivi, spesso però hanno avuto delle ripercussioni sul settore edilizio e sui suoi fornitori, come per esempio è accaduto con il piano di rilancio della pubblica istruzione. In realtà non esiste un legame diretto tra l'istruzione e l'edilizia, ma, dato che negli anni passati con il consolidamento del bilancio statale sono state completamente trascurate le strutture edilizie di scuole e uffici pubblici, oggi giorno si cerca di recuperare. Fondi statali assegnati all'istruzione vengono perciò utilizzati in gran parte per finanziare la ristrutturazione di edifici pubblici.

I più importanti importatori di pietre naturali sul mercato tedesco

Qui di seguito un breve elenco in ordine alfabetico dei maggiori paesi importatori. Non si garantisce la completezza di questo elenco che vuole esclusivamente fornire un quadro qualitativo. Dettagli sui flussi di merci tra i maggiori produttori ed i paesi acquirenti si possono trovare in Stone 2008 – World Marketing Handbook di Carlo Montani (Faenza Editrice ISBN: 978-88-8138-121)

Benelux

Se si osservano le statistiche sull'esportazione dei paesi del Benelux, fatta eccezione per quei pochi tipi di rocce che vengono sbancate in Belgio,

si tratta per lo più di rocce provenienti da oltreoceano e che, attraverso i porti belgi ed olandesi, arrivano sul mercato europeo. Più che altro si tratta di pietre da spacco e di rocce dure adatte alla segatura.

Alcune grandi aziende sono in grado di lavorare i blocchi grezzi e di esportare quindi sul mercato tedesco prodotti semilavorati e prodotti finiti. Le aziende del Benelux dispongono quasi sempre di buone strutture tecniche.

Brasile

Le pietre brasiliane sono molto apprezzate in Germania grazie alle loro interessanti decorazioni. Raramente vengono importate direttamente dal Brasile. Per lo più si tratta di rocce che arrivano sul mercato tedesco attraverso l'Italia. Questa situazione è destinata a venir rafforzata ulteriormente grazie a degli ingenti investimenti di produttori italiani sul mercato brasiliano. L'attuale crisi finanziaria ha fatto registrare sul mercato brasiliano un drastico calo delle esportazioni verso gli USA. Come conseguenza di ciò potrebbe verificarsi che produttori brasiliani cerchino di creare sbocchi commerciali direttamente sul mercato tedesco.

Cina

La Cina cerca prepotentemente di entrare con i prezzi più bassi sul mercato tedesco ed è diventata per la Germania uno dei più importanti partner commerciali. Sicuramente alcune piccole aziende produttrici tedesche lavorano con vendita diretta al cliente, ma la maggior parte dei flussi di merce viene gestita dal commercio all'ingrosso o dagli importatori. In Germania a causa degli innumerevoli offerenti cinesi e dei loro standard di qualità molto vari, sono soprattutto le piccole aziende a non essere in grado di creare i sistemi di controllo della merce necessari per poter mantenere dei rapporti commerciali diretti.

Francia

La Francia è ricca di molte pietre calcaree beige. Il loro colore e la loro struttura incontrano il gusto dei clienti tedeschi. Queste pietre, oltre che per l'impiego privato, vengono utilizzate per la creazione di oggetti di alta qualità. Purtroppo queste pietre però, trattandosi sovente di olite, possono dare problemi di tecnologia edile a causa della loro struttura.

India

L'India ha raggiunto alti standard di qualità e si è posizionata a livello internazionale in segmenti di mercato come quello del settore delle lapidi sepolcrali. Oggigiorno anche piccole aziende produttrici tedesche sono acquirenti dirette di prodotti finiti e di lastre. Dato che il livello di produzione ha raggiunto degli alti standard, diminuisce la paura di forniture di cattiva qualità ed aumenta la disponibilità ad effettuare

acquisti diretti. Si tratta soprattutto di acquisti di gneiss colorati, molto apprezzati sul mercato tedesco. Inoltre vengono importati anche il grès e le pietre da spacco.

Italia

La qualità dei prodotti italiani continua a godere di un forte apprezzamento sul mercato tedesco. Purtroppo, soprattutto per ciò che concerne i prodotti di massa, il prezzo gioca un ruolo fondamentale e spesso nel settore dell'oggettistica e in quello dei prodotti per la vendita nei centri del Fai-da-te, la concorrenza asiatica prende il posto delle aziende italiane sul mercato tedesco. In vista dei piani di rilancio economico, potrebbero verificarsi a breve termine aumenti della domanda nel settore delle ristrutturazioni. Dato che la capacità produttiva tedesca è di parecchio inferiore a quella italiana dell'industria della pietre naturali e la vicinanza geografica all'Italia ne semplifica notevolmente la cooperazione, il settore delle ristrutturazioni potrebbe essere un potenziale di crescita futura. Ciò vale in primo luogo per prodotti dai quali si richiede un alto standard qualitativo.

Scandinavia

Le rocce dure dei Paesi Scandinavi sono apprezzate sul mercato tedesco per le loro buone caratteristiche tecniche di robustezza e vengono molto utilizzate nel settore delle lapidi sepolcrali che richiedono materiali resistenti agli agenti atmosferici. Come con l'Italia, anche con i Paesi Scandinavi esistono, specialmente nel nord della Germania, buoni rapporti commerciali consolidati da lungo tempo. In paragone alla merce dell'Estremo Oriente, la quantità importata dalla Scandinavia risulta molto inferiore anche per via delle differenze di prezzo. Buone possibilità di vendita riguardano i produttori finlandesi di steatite che sono diventati offerenti di nicchia per stufe di alta qualità. Da ciò risulta chiaro che, nonostante a livello internazionale vi sia una guerra dei prezzi, nei segmenti di alta qualità esiste ancora un mercato per prodotti di nicchia.

Spagna

Anche la Spagna vanta una forte industria delle pietre naturali e dirette relazioni commerciali con la Germania, soprattutto per quanto concerne le pietre calcaree, i graniti e l'ardesia che trovano utilizzo specialmente nel settore delle case private. Negli assortimenti dei produttori di pietre a livello regionale e del commercio all'ingrosso, la Spagna si trova più che altro in assortimenti marginali con alcune marche note. I costi di trasporto delle importazioni dalla Spagna, data la maggiore distanza, sono più alti se paragonati a quelli dall'Italia.

Turchia

La Turchia è paese fornitore di vari tipi di marmi e di pietre calcaree. Negli ultimi tempi sul mercato tedesco si trova sempre più sovente il travertino turco. Il gran numero di turchi che vive in Germania dà la possibilità anche a piccoli fornitori, grazie alla presenza di parenti che risiedono in Germania, di intraprendere la vendita diretta sul mercato tedesco anche se a volte manca la competenza tecnica.

1.3. Passaggio dalle nuove costruzioni al settore della ristrutturazione

In Germania si sta verificando uno spostamento del volume degli appalti dalle nuove costruzioni al patrimonio edilizio esistente.

In Germania il settore della ristrutturazione registra un tasso di incremento permanente

Già nel 2004 gli investimenti edili in edifici già esistenti avevano superato gli investimenti in nuove costruzioni. A questo proposito un comunicato-stampa del ZDB (Zentralverband des Deutschen Handwerks = Associazione centrale dell'Artigianato Tedesco n.d.t.) del 23.09.2004 riportava:

.....la ricostruzione di edifici esistenti registra oggi una quota dell'acquisto del 53,1% degli investimenti edilizi totali, vale a dire che 111,4 miliardi di Euro fluiscono nel patrimonio edilizio. Per le costruzioni di abitazioni la quota di 63,4% risulta essere ancora maggiore. In questo settore 77 miliardi di Euro vanno per la ristrutturazione e l'ammodernamento. La tendenza è in aumento. Il futuro apparterrà al settore dell'ammodernamento. Inoltre i clienti si aspettano delle offerte "tutto incluso"....

Questo spostamento non è solo di interesse statistico, bensì avrà dirette ripercussioni sul comportamento dei consumatori finali.

Il livello dei prezzi ha un importante significato nelle nuove costruzioni

Se si osserva la situazione nel settore delle nuove costruzioni, si può affermare che la maggior parte degli edifici privati vengono finanziati da banche o istituti di credito edilizio. Se si tratta di costruzioni convenzionali (non prefabbricate), durante la fase costruttiva, spesso vengono superati i costi previsti. Se il superamento dei costi avviene già nella fase dei lavori sulla struttura, sia l'architetto che la ditta costruttrice cercheranno di far rientrare i costi nella fase di finitura dei lavori. Siccome si cerca spesso di risparmiare, e l'utilizzo della pietra

sfortunatamente avviene solo verso la fine dei lavori di costruzione, essa è quindi più soggetta al taglio delle spese. O la pietra prevista viene sostituita da materiale asiatico di basso prezzo, o la pietra viene completamente eliminata dal progetto a causa della mancanza di soldi ed il costruttore la sostituisce con piastrelle in ceramica di livello di prezzo medio o basso.

La Germania possiede un forte capitale monetario

Diversa è la situazione nella ricostruzione di beni esistenti. In generale in questo caso il finanziamento è terminato. I committenti, spesso eredi del proprietario deceduto, decidono di ristrutturare gli immobili esistenti secondo il gusto e le tendenze del momento. Sovente oltre agli immobili vengono lasciate in eredità anche alte somme di denaro.

Nella Economic Research Newsletter del Alliance Group (società di assicurazioni) del 12.08.2005 sono stati pubblicati i seguenti dati:

..Fino al 2010 in Germania l'ammontare delle eredità sarà pari a 1000 miliardi EUR (1 bilione), attualmente il patrimonio totale degli immobili privati nel nostro paese è di quasi 10 bilioni EUR....

Da queste cifre è facilmente deducibile che esistono delle altissime potenzialità di volume d'affari. L'importante è che il settore edilizio si accorga in fretta di questa tendenza e sappia stimolare i clienti finali ad investire ed ammodernare. Se non si coglie questa opportunità, questo capitale monetario fluirà sicuramente in gran parte nell'industria dei beni di consumo che investe grandi somme di denaro nella pubblicità finalizzata a raggiungere i consumatori finali.

Aumenta l'importanza della generazione degli ultra 50enni

Non sono solamente gli eredi degli attuali proprietari di immobili ad avere la possibilità di generare un forte giro d'affari nella ricostruzione di beni esistenti. Anche i nuovi proprietari di immobili sono una categoria importante. La cosiddetta "generazione 50+", in confronto ai nostri avi, ha un'aspettativa di vita più lunga e anche con il passare degli anni si mantiene in forma. Quando questa categoria di persone realizza dei lavori di ammodernamento, non è alla ricerca di offerte speciali per risparmiare, bensì del miglioramento della qualità abitativa. La qualità e l'immagine positiva di marketing sono molto importanti per questi clienti che rappresentano, come categoria e come acquirenti, i clienti ideali dei prodotti di

alta qualità italiani.

Prendendo in esame altre relazioni della Economic Research Newsletter dell'Alliance Group (Società di Assicurazioni) del 12.05.2005 si nota chiaramente l'importanza che ricopre questa categoria di persone solventi e con un forte capitale monetario:

.....Fino alla fine del 2004 i bilanci dei privati, cresciuti grazie ad un continuo accumulo di capitale, avevano raggiunto un ammontare pari a quasi 10 bilioni di Euro, valore che risultava essere con il 65% superiore a quello del 1991. La gran parte del capitale, 49% (1991: 56%) si ascrive al capitale immobiliare, il 41% (1991: 34%) si ascrive al capitale monetario. Il capitale monetario ha rappresentato negli ultimi 15 anni la parte di capitale che è cresciuta in modo più dinamico....

Che la categoria di persone in questione non sia interessata unicamente al mantenimento degli immobili, ma piuttosto al miglioramento dello spazio abitativo può essere rilevato da un articolo della rivista tecnica "Fliesen und Platten", Rudolf Müller Verlagsgruppe, Köln, Ausgabe 7/2003, Pag. 36:

L' aumento del valore abitativo è più importante del prezzo

....I motivi che spingono ad effettuare lavori di ammodernamento sono: più comfort 52%, necessità di aumento di spazio 35%, lavori di manutenzione dell'immobile 30%. Il 70% delle spese per il miglioramento dello spazio abitativo è stato effettuato con manodopera di artigiani....

È necessario un rafforzamento dell'artigianato rispetto al settore del Fai -da- te

Un vantaggio per l'industria italiana della pietra naturale è rappresentato dal fatto che, come rilevabile da questo articolo, il 70% del volume delle ristrutturazioni è stato effettuato da artigiani. Se si trattasse soprattutto di interventi di ristrutturazione eseguiti con tecniche del Fai -da- te, sicuramente la maggior parte degli acquisti avverrebbe nelle grandi catene specializzate. Per le aziende italiane, con i loro prodotti di alta gamma, sarebbe difficile partecipare a questo volume (vedi 2.6) Attualmente sulla televisione tedesca vi sono trasmissioni che trattano il tema della ristrutturazione e dell'ammodernamento che purtroppo rafforzano esclusivamente il segmento del Fai- da -te. Sarebbe auspicabile che la categoria degli artigiani intraprendesse e richiedesse campagne di informazione mirate a rafforzare l'immagine

delle prestazioni artigianali. Il problema è che per lo più si tratta di piccole aziende che non dispongono dei mezzi finanziari necessari alla realizzazione di campagne promozionali a largo raggio. Le associazioni finora hanno intrapreso solo azioni sporadiche che non hanno dato risultati durevoli.

Considerazioni simili si trovano anche nel manuale tecnico:

Detlev Hill / Anja Theurer, Sanierungshandbuch Naturstein – Keramik - Terrazzo, Rudolf Müller Verlag, Köln 2009:

...La Germania dispone di più di 38,5 Milioni di unità abitative delle quali l'85% è stato realizzato prima del 1990. Almeno i due terzi di esse, cioè 26 milioni di unità abitative, necessitano una ristrutturazione (5). Se si pensa quale potenziale si cela in 26 milioni di unità, allora ci si dovrebbe chiedere seriamente come poter partecipare con la propria ditta a questo immenso volume. Pur esistendo effettivamente, questo volume ha bisogno di un catalizzatore che lo attivi. Senza gli impulsi adatti, vengono semplicemente realizzati lavori di manutenzione dell'immobile che come valore sono molto inferiori a quelli della ristrutturazione. Il settore dell'artigianato deve mostrare le sue capacità, altrimenti un'ulteriore buona parte di questo volume d'affari finisce nel settore del Fai-da-te.....

2. Categorie di interesse

2.1. Aziende per la lavorazione del marmo e della pietra

Le ditte artigiane tedesche per la lavorazione della pietra restano in numero costante

Il numero delle aziende di lavorazione del marmo e della pietra naturale è relativamente costante. Le aziende registrate nel 2001 erano 5571, aumentate a 5692 nel 2004 e a 5726 nel 2007 (Fonte: Camera dell'Artigianato).

Si tratta esclusivamente di piccole aziende e la maggior parte di esse si occupa del settore delle lapidi funerarie. Inoltre ci sono aziende miste che lavorano nel settore delle lapidi sepolcrali ma realizzano anche lavori di costruzione. Un piccolo numero di aziende si occupa esclusivamente del settore delle costruzioni. Dato che negli anni il numero delle ditte è rimasto abbastanza costante, a questo proposito si richiama l'attenzione su una

pubblicazione della rivista "STEIN" del 2004. Secondo i dati riportati, il giro d'affari annuale delle aziende di lavorazione del marmo e della pietra, nel 2003 era di 1,9 miliardi di Euro per un totale di 5592 aziende in questione. Il volume d'affari si divideva così: 50% lapidi, 36,6% costruzioni, 10,7 restauri, 2,7% altro (Fonte: Rivista STEIN, Callwey Verlag, München; Jahrgang 2004, Ausgabe 6, Pag. 3).

Gli interessi delle aziende per la lavorazione del marmo e degli scalpellini vengono rappresentati in Germania dal BIV (Bundesinnungsverband des Deutschen Steinmetz-, Stein- und Holzbildhauerhandwerks = Associazione Federale dell'Artigianato Tedesco della lavorazione del marmo e della scultura in pietra e in legno n.d.t.)

BIV - Bundeinnungsverband des Deutschen Steinmetz-,
Stein- und Holzbildhauerhandwerks
Weißkirchener Weg 16
60439 Frankfurt am Main
Tel.: 069 – 576 098
Fax: 069 – 576 090
E-Mail: info@biv-steinmetz.de

Per esercitare come azienda di lavorazione del marmo e come scalpellino è necessario possedere il titolo di mastro artigiano o lavorare presso un mastro. In Germania quest'obbligo è regolamentato da una legge che prende il nome di Handwerksordnung (HwO), cioè regolamento dell'artigianato. Da quando questa legge è stata rivista il 01.01.2004, l'obbligo del "titolo di mastro" è applicato ormai solo a 41 tipi di mestieri artigianali. A causa della "pericolosità" del loro mestiere, le aziende che lavorano il marmo e gli scalpellini fanno parte delle aziende con obbligo di titolo.

Diversamente dalle aziende che lavorano il marmo e dagli scalpellini, dove le opere vengono realizzate dal mastro artigiano o sotto la sua sorveglianza, per le aziende di lavorazione della pietra non esiste l'obbligo di avere il titolo di mastro artigiano per poter esercitare. In queste aziende i lavori vengono eseguiti quasi esclusivamente a macchina. Esistono comunque anche aziende per la lavorazione del marmo e scalpellini che lavorano con macchinari sofisticati ed automatizzati.

L'industria della pietra da taglio rappresenta un settore piuttosto piccolo.

L'industria tedesca della lavorazione della pietra, se paragonata ad altri settori industriali quali per esempio l'industria automobilistica o l'industria dei macchinari, rappresenta un settore piuttosto piccolo. Attualmente in Germania ci sono circa 200 – 250 imprese di pietra da taglio. La maggior parte di esse lavora sul mercato interno con attrezzature che risultano molto buone anche in confronto a quelle di aziende internazionali. Tra le attrezzature di base vi sono frese a ponte, macchine bordatrici e molatrici a braccio da parete.

In imprese altamente automatizzate si trovano i centri di lavorazione CNC dove vengono prodotti pezzi semilavorati di valore per le opere murarie di finiture di alta gamma. Poche aziende dispongono di una segheria propria. La gamma di lavorazione inizia generalmente dalla lavorazione di lastre e, per le imprese del settore delle lapidi sepolcrali, dai tranci. Raramente vengono prodotte piastrelle in pietra poiché si tratta di un segmento di prodotti che subisce una forte concorrenza. Produrre in Germania questi articoli avrebbe poco senso.

Gli interessi delle aziende per la lavorazione della pietra da taglio vengono rappresentati dal DNV (Deutscher Naturwerkstein Verband = Associazione Tedesca della pietra da taglio n.d.t.) In questa associazione partecipano 120 aziende di questo settore.

Deutscher Naturwerkstein Verband e.V.
Sanderstraße 4
97070 Würzburg
Tel.: 0931/12061
Fax: 0931/14549
Email: info@natursteinverband.de
Website: www.natursteinverband.de

Sovente si cerca la possibilità di acquisti diretti

Le imprese tedesche non effettuano l'acquisto dei materiali unicamente dai commercianti di pietre naturali. Molte di loro tentano l'acquisto diretto per poter aumentare la competitività ed il margine di guadagno. Tra queste non troviamo solo l'industria della pietra da taglio, ma anche le aziende per la lavorazione del marmo e gli scalpellini che usufruiscono di molte possibilità di acquisto diretto. Queste ultime si sentono quasi sempre in grado di poter giudicare la qualità della merce offerta, grazie all'esperienza acquisita lavorando sui materiali stessi e grazie allo studio

intenso durante il periodo di preparazione all'esame per diventare mastro. Con l'aumento delle distanze diminuisce però la disponibilità all'importazione diretta, come per esempio avviene con i prodotti provenienti dall'Estremo Oriente che per lo più non vengono acquistati direttamente, ma ordinati tramite il commercio all'ingrosso o un importatore. Quando invece si tratta di luoghi di produzione più vicini, come p. es. l'Italia, la Spagna o il Portogallo, questi vengono contattati direttamente, senza passare attraverso i grossisti.

2.2. Commercio all'ingrosso di pietre

La distribuzione in 3 fasi è poco utilizzata

In paragone ad altri settori, come per esempio quello dei sanitari, la distribuzione in 3 fasi è poco utilizzata nel settore della pietra. Ciò si spiega perché, come già descritto al punto 2.1., addirittura le piccole imprese di produzione e posa tendono a fornirsi direttamente dai produttori, anche se questi si trovano all'estero.

La gamma dei tipi di superfici è aumentata

La gamma di prodotti dei commercianti all'ingrosso di pietre comprende innanzitutto lastre di due o tre centimetri di spessore. Fino a pochi anni fa, come lavorazione standard le superfici venivano lucidate, fiammate e a volte levigate. Oggi a queste si sono aggiunte le superfici spazzolate, sempre più apprezzate in Germania. Altrimenti articoli standard in commercio sono prodotti su rulli, piastrelle in pietra naturale, lastre poligonali e occasionalmente pietre da pavimentazione, anche se i prodotti per esterni vengono per lo più commercializzati da grossisti specializzati in materiali per esterni.

Si cerca di tenere piccole scorte di magazzino

In questa gamma vi sono pietre da pavimentazione, rocce decorative, piastrelle per terrazzi, lastre poligonali, rocce da spacco e filagne di pezzi semilavorati con superfici ruvide per la produzione di scale e altri materiali piatti. La possibilità di acquisti diretti da parte di piccole imprese viene favorita dal fatto che oggi le ditte di spedizioni offrono trasporti in groupage a prezzi convenienti. D'altra parte le piccole imprese oggi cercano di tenere poca merce in magazzino perché avere grandi scorte significa peggiorare la liquidità. Se si viene a creare un lento turnover dei crediti commerciali, ne consegue un peggioramento di grado presso le banche.

2.3. Posatori di piastrelle

I posatori tedeschi hanno una buona conoscenza della posa della pietra

Mentre negli ultimi decenni i posatori si sono più che altro occupati della posa di piastrelle e lastre in ceramica, il volume del loro giro d'affari nel settore della pietra è aumentato notevolmente. Il punto di forza della loro attività sta nella posa di rivestimenti di pietra naturale a piastrella. Pochi di loro dispongono di una produzione propria di pietra da taglio. Le forniture vengono quindi per lo più effettuate da produttori nazionali di pietra o, se si tratta di grandi appalti, acquistano prodotti finiti da produttori esteri. Se si tratta di piastrelle in pietra o altri prodotti standard finiti, la fornitura avviene più che altro presso il commercio all'ingrosso. Queste imprese hanno generalmente una buona conoscenza della posa della pietra, acquisite grazie a numerosi corsi di formazione tenuti dall'industria di chimica edile.

Crescita improvvisa del numero delle imprese causa il cambiamento delle disposizioni legislative

Le imprese tedesche di posa di piastrelle subiscono in parte il calo dei prezzi delle loro prestazioni in quanto per questo tipo di attività non è più richiesto il titolo di "mastro artigiano". Questo requisito è decaduto in base ad una revisione dell' Handwerksordnung (HwO) del 01.01.2004 (v. 2.1.). La conseguenza di questo cambiamento della legge è stata una crescita irregolare di questo tipo di imprese. Mentre il numero delle imprese di posa nel periodo 2001 – 2003 è passato da 11.889 a soli 12.401, nel 2004 è stato registrato un aumento improvviso (in concomitanza alla revisione del regolamento legislativo) per un totale di 25.545 imprese. Tutto subito si è pensato che quest'alto numero di imprese si sarebbe ridimensionato in fretta poiché con l'apertura di una nuova impresa si poteva usufruire di aiuti promozionali. Questa supposizione non è stata invece confermata dai fatti, dato che nel 2007 le imprese di posa registrate erano in totale 54.287 (Fonte: Camera dell'Artigianato).

Tra le nuove registrazioni di esercizio si annoverano soprattutto imprese di piccolissime dimensioni che eseguono riparazioni e piccoli incarichi a basso prezzo. Per le imprese ben posizionate sul mercato, ciò significa uno spostamento settoriale a livello più alto dove è richiesta la competenza di un mastro, come per esempio nei lavori in pietra naturale che richiedono la relativa qualifica e la buona conoscenza della materia.

Gli interessi delle aziende di posa vengono rappresentati dal ZDB (Zentralverband des Deutschen Baugewerbes = Associazione Centrale dell'Industria Tedesca delle Costruzioni n.d.t.) L'ufficio di competenza ha da poco cambiato la sua denominazione da "Fachverband Deutsches Fliesengewerbe" (= Associazione dell'Artigianato Tedesco delle Piastrelle n.d.t.) in "Fachverband Fliesen und Naturstein" (Associazione delle Piastrelle e della Pietra Naturale n.d.t.), mettendo così in evidenza il legame tra questa categoria professionale e la pietra naturale.

Fachverband Fliesen und Naturstein
Im Zentralverband Deutsches Baugewerbe e.V.
Kronenstr. 55 -58
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030/20314-0
Fax: 030/20314-419
Email: info@fachverband-fliesen.de
Website: www.fachverband-fliesen.de

2.4. Commercio all'ingrosso di piastrelle

Nel commercio all'ingrosso delle piastrelle la distribuzione in 3 fasi è molto usuale

Nel settore delle piastrelle la distribuzione in 3 fasi ha un peso sostanziale. Succede raramente che il posatore acquisti direttamente dai produttori di piastrelle in ceramica. I grossisti di piastrelle dispongono sovente di grandi capacità di stoccaggio e di una logistica funzionante. Le loro sedi sono inoltre strutturate con spazi espositivi dove anche il posatore ha la possibilità di scegliere i prodotti insieme al cliente finale. In questo modo le piccole aziende di posa possono risparmiare i costi di un proprio spazio espositivo ed il legame con il commercio all'ingrosso viene così intensificato. A questo proposito si aggiunge un elemento estremamente importante per il grossista poiché, per ottenere successi nelle vendite, è decisivo il modo con cui i prodotti e le serie vengono presentati nei loro spazi espositivi. La forza degli affari del commercio all'ingrosso è rappresentato dalla gamma dei prodotti in ceramica per cui le piastrelle in grès ceramico, quali imitazioni della pietra naturale, occupano un grande spazio all'interno dell'esposizione. I prodotti in pietra rientrano spesso in una gamma marginale e quindi con poca scelta di articoli e varianti.

Il commercio all'ingrosso delle piastrelle è rappresentato da:

Bundesverband des Deutschen Fliesenfachhandels e.V.

Nassauische Straße 15

10717 Berlin

Tel.: 030/ 84 31 58 80

Fax: 030/ 84 31 58 81

Email: ydf@fliesentraeume.de

Website: www.fliesentraeume.de

2.5. Giardinieri e paesaggisti

Attualmente in Germania si registra un forte aumento della costruzione di giardini e paesaggi

Il settore della costruzione di giardini e paesaggi sta diventando molto importante in Germania. Il motivo potrebbe essere l'effetto "cocooning" che risveglia nei clienti un forte desiderio di uno spazio abitativo privato come antidoto a stress e vita frenetica sul lavoro e a continui spostamenti. Trovandosi in un simile contesto, le persone cercano sempre più di ritirarsi in un ambiente intatto e familiare tra cui trova spazio il giardino privato. Si può prevedere che la maggior parte degli ordini di privati si applichi al settore immobiliare. In questo settore i debiti vengono per lo più estinti ed il cliente desidera principalmente aumentare il valore abitativo. Il prezzo della merce gioca quasi sempre un ruolo secondario. E' sicuramente per questa ragione che ultimamente in Germania sono state realizzate delle grandi esposizioni per il settore della costruzione di giardini e paesaggi con le quali si vogliono coinvolgere emotivamente i clienti ed offrire loro proposte di diverse soluzioni.

Il numero delle imprese da 11.600 del 2001 (Fonte: Fachzeitschrift Naturstein, Ebner Verlag, Ausgabe 11/2002, pag. 65) è salito a 14.461 nel 2008 (Fonte: Fachzeitschrift Campos, Ulmer Verlag, Ausgabe 4/2009, pag.4). Su un totale di 87.795 dipendenti, la dimensione media delle imprese è di 6 dipendenti. Anche dal 2007 al 2008 il settore ha potuto registrare aumenti del 3,3%. La quota dei giardini privati è pari ad un 50% del volume totale degli ordini (Fonte: Fachzeitschrift Campos, Ulmer Verlag, Ausgabe 4/2009, pag.4).

Gli interessi dei giardinieri e dei paesaggisti vengono rappresentati da:

Bundesverband Garten-, Landschafts-,
und Sportplatzbau e. V.
Alexander-von-Humboldt-Str. 4
53604 Bad Honnef
Tel.: 02224 7707-0
Fax: 02224 7707-77
Website: www.galabau.de

2.6. Centri Fai-da-te

Assortimento scarso
e poco vario nel
segmento basso
di prezzi

I centri Fai-da-te offrono un ampio assortimento di prodotti. Per quanto concerne alcuni gruppi di prodotti come per esempio la pietra naturale però la gamma è molto limitata sia per tipo che per varietà di articoli. Le catene dei centri Fai-da-te come “Obi” e “Praktiker” sono presenti in Germania con centinaia di punti vendita. Gli assortimenti nel settore della pietra naturale si collocano per lo più nel segmento basso di prezzi con la conseguenza che gran parte degli articoli arriva dall'Estremo Oriente. Tra la gamma degli articoli per bordure in pietra naturale (colle, pulenti ecc.), oltre ai “marchi propri”, si trovano sempre più prodotti di marche note.

Alcune catene come p. es. BAUHAUS hanno aperto in zone di passaggio punti vendita che presentano una qualità paragonabile a quella dei negozi specializzati di alto livello. Tali allestimenti per ora sono ancora limitati a pochi punti vendita, ma potrebbero aumentare se i progetti-pilota daranno buoni risultati.

Tramite cooperazioni con artigiani locali si cerca attualmente di poter offrire ai clienti finali dei pacchetti completi di prestazioni. Questo tipo di offerta indebolisce ovviamente il ruolo delle altre imprese artigianali che si appoggiano al commercio all'ingrosso. Le prestazioni artigianali offerte nel pacchetto, una volta eseguite, vengono fatturate non dal centro Fai-da-te, ma direttamente dall'impresa artigianale.

Sicuramente sono pochi i produttori di pietre naturali e i gestori di cave in grado di fornire i centri Fai-da-te. Quando vi sono le azioni di offerte speciali, i loro fornitori devono poter consegnare in breve tempo grandi quantità dei prodotti richiesti. Oltre a ciò un altro fattore importante è la logistica dei trasporti, di modo che le consegne possano avvenire nei tempi desiderati dal centro.

2.7. Architetti

Gli architetti, durante la fase costruttiva devono occuparsi di circa 50 diversi incarichi

Il numero degli architetti è molto alto. Secondo i dati della Bundesarchitektenkammer (Camera Federale degli Architetti n.d.t.) i loro iscritti sono 121.838 tra architetti, architetti d'interni, architetti paesaggisti ed urbanisti. Gli onorari degli architetti sono regolati dal HOAI (Honoraranordnung für Architekten und Ingenieure = Disposizione degli onorari per architetti e ingegneri, n.d.t.) Generalmente gli onorari dipendono dall'ammontare totale dell'appalto e si suddivide in varie fasi lavorative. Di queste la preparazione dell'aggiudicazione d'appalto (elenco della cubatura e delle specifiche tecniche) ricopre soltanto il 10% dell'ammontare totale dell'onorario. Se si pensa che durante la fase costruttiva gli architetti devono occuparsi di circa 50 diversi incarichi, si può facilmente immaginare che, per motivi economici, gli architetti dedichino poco tempo per acquisire informazioni e richieste di offerte sui lavori in pietra naturale.

La scelta del momento giusto per avviare un contatto è decisivo

Per le imprese, il contatto con gli architetti viene reso ancora più difficile in quanto le singole fasi esecutive vengono commissionate di volta in volta, secondo le disposizioni edilizie. E' quindi molto difficile per i produttori contattare l'architetto proprio nel momento esatto della gara d'appalto ed interessarlo con buone offerte. Se il contatto non avviene in quel determinato momento, è quasi impossibile trovare un altro momento per presentare i prodotti, dato che l'architetto è impegnato altrimenti. Per tali motivi è importante essere presenti negli archivi degli studi di architettura con la documentazione dei prodotti, di modo che l'architetto, in caso di

richiesta di informazioni specifiche relative al caso, possa mettersi direttamente in contatto con l'impresa. A questo proposito è necessario presentare delle documentazioni dei prodotti adatte agli architetti per evitare che, insieme a numerosi altre che arrivano giornalmente, finiscano nel cestino della carta piuttosto che nell'archivio.

Per i committenti pubblici l'ammontare del costo dell'appalto è decisivo per il tipo di aggiudicazione

Oltre agli architetti liberi professionisti, vi sono anche architetti che lavorano presso gli uffici comunali o statali e sono competenti per l'esecuzione degli appalti pubblici. L'aggiudicazione delle opere edilizie è regolata secondo l'ammontare del costo totale dell'appalto. Gli appalti di un valore superiore a 5 milioni di Euro devono venir messi in gara a livello europeo. Quando si tratta di cifre inferiori, fino ad un massimo di 1 milione di Euro, la gara potrà essere limitata ad un gruppo di committenti scelti dall'architetto che, dopo aver studiato le diverse offerte, in genere sceglie l'offerente con il miglior prezzo. Se la cifra di appalti pubblici è inferiore ai 100.000 Euro, l'architetto non dovrà indire una gara di appalto tra diverse imprese edili, ma potrà incaricare liberamente l'impresa che realizzerà i lavori.

Gli interessi degli architetti e degli ingegneri vengono rappresentati da diverse associazioni, tra cui la più importante è sicuramente a BDA (Bund Deutscher Architekten = Associazione degli Architetti Tedeschi, n.d.t.)

Bund Deutscher Architekten BDA
Bundesgeschäftsstelle
Köpenicker Straße 48/49
10179 Berlin
Tel.: 030/ 27 87 99 0
Fax: 030/ 27 87 99 15
Email: kontakt@bda-bund.de
Website: www.bda-bund.de

Un buon elenco di altre associazioni si può trovare in internet in: www.bauherr.de/adressen/architektenverbaende.htm

2.8. Costruttori edili

Per i clienti offerte complete con garanzia di prezzo fisso

I costruttori edili offrono le loro prestazioni a prezzi fissi predefiniti. Questa possibilità di regolamentazione viene molto apprezzata dai clienti poiché il rischio di un superamento dei costi di costruzione viene assunto dal costruttore. I prodotti presentati nelle offerte generalmente sono modificabili quindi sia le planimetrie che gli impianti e i materiali possono venir scelti secondo il gusto del cliente. Se le modifiche dovessero comportare dei costi superiori rispetto al pacchetto-base, questi saranno a carico del costruttore.

Insieme alle offerte, i costruttori edili tengono quasi sempre dei campioni standard nei loro uffici o dai grossisti da cui si servono, di modo che il cliente, anche dal pacchetto-base, possa scegliere tra più varianti. Con la presentazione delle campionature, il costruttore può influire notevolmente sulle scelte del cliente. Se il cliente ha delle richieste particolari, le scelte verranno fatte negli show-rooms dei grossisti o delle imprese di posa in opera. Il cliente avrà qui la possibilità di scegliere la pietra di suo gradimento e, se vi sono dei costi addizionali, saranno a carico suo. Tali costi in genere vengono fatturati tramite il costruttore.

In vista di un incremento dei lavori di ristrutturazione, si sono create delle unioni di artigiani che esercitano sulla base di gruppi di lavoro. Inizialmente questi tipi di gruppi di lavoro vennero creati al fine di poter gestire, come insieme di tante piccole aziende, grandi lavori edili. Si trattava generalmente di aziende dello stesso settore.

Le unioni di artigiani rendono più facili ai committenti gli interventi di ristrutturazione

Nei gruppi di lavoro del settore della ristrutturazione si uniscono artigiani di diversi settori, per poter offrire insieme varie prestazioni edilizie da una sola mano.

Per il cliente ciò rappresenta più vantaggi. Dato che spesso si tratta spesso di piccoli e facili lavori di ristrutturazione, come per esempio

quella di un bagno, che il più delle volte avviene senza la consulenza di un architetto, il cliente non deve occuparsi di dover coordinare i vari artigiani per far effettuare p. es. lavori di stuccatura, di impianti elettrici, di posa in opera della pietra e di impianti sanitari.

In futuro si creeranno sicuramente molte altre unioni di artigiani

Le aziende unite hanno la possibilità di organizzare degli spazi espositivi comuni. Ciò aumenterà l'apprezzamento dei clienti e porterà all'abbassamento dei costi delle singole imprese. Si può quindi immaginare che in futuro vi sarà un aumento del numero degli spazi espositivi dei gruppi di artigiani, visto che questo facilita gli acquisti e le scelte dei clienti finali.

2.9. Imprese appaltatrici

Le imprese appaltatrici sono più che altro attive nelle grandi opere

Come per i costruttori edili, anche le imprese appaltatrici offrono interventi edilizi a prezzo fisso. In genere si tratta di grandi opere. Per la realizzazione dei lavori, l'impresa appaltatrice si avvale di diverse imprese in subappalto. I materiali e il tipo di realizzazioni vengono decisi tra il committente e l'impresa. Le imprese in subappalto hanno solamente una funzione esecutrice. Succede spesso che i materiali di costruzione vengano forniti da parte dell'impresa appaltatrice al subappaltatore direttamente in cantiere, di modo che quest'ultimo fatturerà unicamente il lavoro di posa in opera. In questo modo il sovrapprezzo sui materiali viene iscritto negli utili dell'impresa appaltatrice. Attualmente si profila una volontà politica nel voler di nuovo organizzare gli appalti, diversificando secondo i settori.

2.10. Consumatori finali

La cifra della popolazione totale è in diminuzione

La Germania nel 2009 ha una popolazione totale di 82,1 milioni di persone (Fonte: EU-COM, Annual Macroeconomic Database – AMECO) Si prevede che questa cifra entro il 2050 si ridurrà a 74 milioni di persone (Fonte: EUROSTAT; UN Population Prospect 2006 Revision).

La percentuale degli anziani è in aumento

Oltre a questa diminuzione della popolazione, si prevede anche un' invecchiamento della società. Questo argomento viene riportato pubblicazione del Ministero Federale dell' Economia e della Tecnologia con il titolo di "Politica Economica generale – crescita e demografia", uscito a novembre 2008, nel quale si ritiene che la percentuale anziani continui ad aumentare. Fonte di questo articolo è il conteggio della popolazione dell'Istituto Statistico Federale. Questa tendenza è stata calcolata fino al 2050. In base a queste cifre si dovrebbe considerare il fatto che una società che invecchia e dispone di grandi capitali, generalmente mette in moto dei flussi migratori dai paesi limitrofi. Questi tipi di immigrazione, probabilmente dai paesi dell'Est, porterebbero ad una diminuzione del quoziente di età.

Questo sviluppo demografico ha indotto il settore pubblicitario a formulare un termine specifico per il gruppo di persone anziane che vengono chiamate "generazione 50+" (v. anche 1.3.). Caratteristiche particolari di questa categoria dal forte potere d'acquisto sono un' alta cultura della qualità, grande disponibilità finanziaria e mantenimento di valori tradizionali.

Proprio nel settore edilizio si possono fare buoni affari con questa categoria di persone. L'attenzione principale è rivolta non alle nuove costruzioni bensì al settore delle ristrutturazioni, come già citato al punto 1.3.

L'attuale pubblicità al consumatore finale non è sufficiente

Per quanto concerne il settore della pietra naturale, in Germania è molto difficile arrivare il cliente finale. La pietra naturale infatti, pur godendo di una buona immagine e venga considerata un materiale di alto o addirittura altissimo livello da clienti finali e architetti, ai clienti finali essa viene pubblicizzata troppo poco da associazioni, grossisti e trasformatori. Come già spiegato, ciò deriva dal fatto che, da un lato l'industria della pietra naturale è un settore economico strutturato da piccole imprese e dall'altro che i costi della pubblicità ai clienti finali sono molto alti. Sono necessarie nuove idee che possano far aumentare la richiesta di pietre naturali da parte dei clienti

finali.

3. Gruppi di prodotti

3.1. Blocchi grezzi

Le specifiche di prodotto dei blocchi grezzi in pietra naturale per il mercato tedesco, sono contenute nella EN 1467, Specifiche – Blocchi grezzi – Pietra Naturale.

Scarsa richiesta per mancanza di strutture per la segagione

Sul mercato tedesco c'è scarsa richiesta di blocchi grezzi. Ciò dipende soprattutto dal fatto che, a differenza dell'Italia, qui ci sono pochissime strutture per la segagione. Motivo di questa scarsa potenzialità è certamente il basso numero delle cave ancora attive e quelle poche che ci sono, dispongono di una scarsissima potenzialità di segagione. La quantità estratta dalle cave tedesche negli ultimi dieci anni si è mantenuta abbastanza costante. Nel 2007 sono state estratte circa 750.000 tonnellate – in paragone: nello stesso anno in Italia sono state estratte circa 7.750.000 tonnellate di pietra, cioè una quantità 10 volte superiore a quella tedesca (Fonte: Stone 2008 – World Marketing Handbook, Carlo Montani). Solo poche delle rocce estratte in Germania sono state esportate. Per lo più si tratta di pietre che vengono utilizzate in ambito regionale. Il numero delle cave attive in Germania si aggira attorno a 100 – 120 cave.

La trasformazione complementare dei blocchi grezzi avviene più che altro con apposite seghe. Dato che nei paesi che esportano in Germania c'è una sovracapacità di segherie, non c'è da aspettarsi che aumentino in Germania anche perché oltretutto la lavorazione complementare fatta nei paesi di origine fa diminuire il costo del taglio e del trasporto.

3.2. Lastre

Le lastre sono un prodotto semilavorato molto importante per l'industria tedesca della pietra naturale

Le specifiche di prodotto delle lastre per il mercato tedesco, sono contenute nella EN 1468, "Specifiche – Lastre grezze – Pietra Naturale".

La gamma di produzione della maggior parte delle aziende produttrici nel settore edile, inizia dalle lastre per proseguire su materiali più lavorati. Tra le attrezzature standard per la trasformazione dei materiali troviamo frese a ponte e macchine bordatrici. Le imprese più innovative e più attrezzate dispongono anche di macchinari CNC. Si consideri comunque che non tutti questi impianti vengono utilizzati a tempo pieno. Fulcro della fabbricazione CNC è il settore dei ripiani per cucine e per bagni privati.

3.3. Piastrelle in pietra naturale

Il prodotto-chiave per il i centri Fai-da-te è stato accettato con molta riserva dagli scalpellini

Inizialmente in Germania le piastrelle in pietra naturale furono accettate con cautela dagli scalpellini. Gli svantaggi dal punto di vista tecnico erano ovvi: difficoltà di regolazione dell'altezza nella fase di posa sulla base a strato sottile ed il conseguente pericolo di formazione di giunti dentati e differenze di colore tra le piastrelle e le lastre di grandi formati. I posatori hanno apprezzato molto la posa delle piastrelle in pietra naturale per via della loro proprietà geometrica che corrisponde a quella delle piastrelle in ceramica. I motivi principali dell'alta quantità di piastrelle in pietra naturale sul mercato tedesco sono elencabili in tre punti:

Le piastrelle in pietra naturale offrono flessibilità ai progettisti

1. In Germania per le opere edilizie vengono generalmente indette gare d'appalto con norme costruttive stabilite. Se al momento della realizzazione della soletta non è ancora stato deciso il tipo di pavimentazione, l'altezza della soletta condiziona la scelta dei materiali che viene così ridotta notevolmente. Per realizzare una pavimentazione convenzionale in pietra naturale con due

centimetri di spessore di rivestimento e circa due centimetri di letto di malta, bisogna abbassare lo spessore della soletta quanto necessario per poter garantire un'altezza uniforme del bordo superiore del rivestimento, in tutti gli ambienti di un piano. Le piastrelle in pietra naturale, avendo una scarsa altezza strutturale, si prestano a venir utilizzate anche nei casi in cui non si sia tenuto conto delle altezze necessarie per una posa in opera convenzionale.

Buona idoneità
per il settore della
ristrutturazione

2. Le opere edilizie in Germania si spostano sempre più dalla nuova costruzione al settore della ristrutturazione. Nei lavori di ammodernamento e di ristrutturazione di immobili i punti di riferimento delle altezze della posa sono fissi e spesso le variazioni comportano costi notevoli. Nei decenni scorsi in Germania in molti immobili venivano utilizzate le moquettes poiché i tedeschi, per via delle condizioni climatiche, apprezzano molto il calore sotto i piedi. Nel frattempo il gusto dei clienti finali è cambiato ed i rivestimenti in moquettes vengono da molti considerati antigienici. Ciò ha determinato una forte richiesta di laminati, parquet, piastrelle in ceramica e in pietra naturale. Nelle ristrutturazioni, quando si vogliono eseguire delle sostituzioni di pavimentazione, essendo le altezze a disposizione molto ridotte, esse possono venir solamente realizzate con le piastrelle in pietra naturale. Gli altri rivestimenti convenzionali in pietra necessitano generalmente di un tipo di costruzione molto complesso che comporta un forte impegno costruttivo e degli alti costi.

Facile gestione
nelle vendite

3. Rispetto ai prodotti a rulli (moquettes), alle lastre poligonali o ad altri rivestimenti trasportabili su palette, le piastrelle di pietra naturale sono molto più facili da gestire per il commercio all'ingrosso e per i centri Fai-da-te. Le singole confezioni hanno delle dimensioni ridotte e possono venir stoccate più facilmente. Anche l'esposizione nei reparti self-service è possibile, dato che le confezioni possono venir facilmente caricate nel carrello.

La produzione globale porta ad una maggior pressione sui prezzi

Oggi giorno c'è una produzione globale delle piastrelle ed i prezzi subiscono sovente forti pressioni. Paesi emergenti come l'India e la Cina acquistano spesso blocchi di seconda scelta che vengono poi trasformati in piastrelle di pietra naturale. Le selezioni necessarie sul materiale possono venir eseguite con costi salariali molto più bassi rispetto all'Italia. Oltretutto in questi paesi è possibile un recupero dei materiali di scarsa qualità sia sul mercato interno che in paesi del terzo mondo che hanno poche esigenze in fatto di qualità. In Cina la produzione avviene spesso con impianti di qualità molto inferiore rispetto a quella dell'industria italiana. Qui la lucidatura viene effettuata con molatrici a braccio da parete e la realizzazione dei formati con frese a ponte prodotte in Cina o Taiwan. I macchinari italiani si trovano molto raramente oppure, se ci sono, non rispondono ai requisiti dei nuovi standard della tecnica e della manutenzione necessaria.

L'industria italiana della pietra naturale dovrebbe mettere ancora di più in primo piano il livello di qualità delle sue piastrelle

La produzione italiana di piastrelle in pietra naturale è di alto livello qualitativo per ciò che concerne la lucidatura e la precisione delle dimensioni delle piastrelle. Le caratteristiche delle piastrelle in naturale dal 2005 sono stabilite dalla EN 12057 " Pietra naturale – Prodotti Finiti , Piastrelle - Specifiche tecniche" (Fonte: EN 12057 " Pietra naturale – Prodotti Finiti , Piastrelle - Specifiche tecniche, Beuth Verlag GmbH, Berlin). A differenza della norma DIN 18352 fino ad allora in vigore, per la prima volta viene fatta una differenza tra le piastrelle calibrate e quelle non calibrate. Si può considerare che questa differenza non sia conosciuta a tutti i tedeschi. In Italia quasi tutte le piastrelle sono calibrate, mentre per quelle provenienti dall'Estremo Oriente non sempre è così. Per questo motivo i produttori italiani che offrono piastrelle in pietra naturale che rispondono ai requisiti di calibratura, dovrebbero metterlo ben in evidenza con messaggi pubblicitari, di modo che si possa delineare chiaramente la differenza dai prodotti della concorrenza a basso prezzo.

Di seguito le caratteristiche tecniche che devono venir soddisfatte secondo la EN 12057, perché una piastrella di pietra naturale possa venir definita piastrella calibrata:

Requisiti qualitativi
delle piastrelle
calibrate

La lunghezza e la larghezza devono avere al massimo +/- 0,5 millimetri di tolleranza. Anche la tolleranza dello spessore deve essere al massimo +/- 0,5 millimetri. I requisiti per le tolleranze sulla planarità delle piastrelle levigate o lucidate e sull'ortogonalità sono pari allo 0,1%. Tali valori non dovrebbero presentare un problema per la produzione con impianti di rinomati costruttori italiani di macchine, debitamente controllate.

3.4. Rivestimenti a lastre per pavimenti

Le caratteristiche di prodotto delle piastrelle in pietra naturale sono regolate insieme a quelle dei prodotti finiti sotto forma di lastre EN 12058 " Pietra naturale – Prodotti Finiti, Piastrelle da pavimento e rivestimenti per alzate -Specifiche tecniche" Per definizione si tratta di prodotti di pietra naturale il cui spessore è più di 12 millimetri. Prodotti più sottili vengono definiti piastrelle di pietra naturale(v. 3.3.)

I formati non predefiniti
delle lastre costituiscono
un profilo di distinzione
rispetto all'industria
ceramica

Per gli architetti tedeschi, oltre al materiale di rivestimento, è molto importante la configurazione delle fughe. In questo contesto si parla di disposizione delle fughe, quando le fughe passano gradatamente dal pavimento alla superficie della parete, quando lastre di diverse dimensioni sono abbinate l'una all'altra in modo modulare oppure creano un insieme uniforme di fughe da una stanza all'altra senza sfalsamento.

Per questo la pietra naturale offre agli architetti una libertà di progettazione molto più grande della ceramica. Dato che per quanto riguarda la ceramica, per esempio il grès ceramico, si tratta di piastrelle pressate di dimensioni definite, il più delle volte risultano delle variazioni nell'unità interassiale dell'immobile. Se invece l'architetto lavora con lastre in pietra naturale, egli può far coincidere i formati delle lastre alle dimensioni della stanza e dell'unità interassiale.

I grandi formati sono
molto apprezzati in

Gli architetti tedeschi lavorano molto volentieri con grandi formati. Ciò rappresenta spesso un problema dal punto di vista della tecnica

Germania

della posa in opera o in relazione al tagliodelle lastre. Nel caso di pietre naturali molto strutturate, i rivestimenti tagliati in grandi formati possono differenziarsi anche visivamente come “pezzi unici” dalle imitazioni in ceramica, soprattutto quando si tratta di una posa in opera “open-book”. Qui vengono creati degli ornamenti straordinari che non possono essere realizzati con delle imitazioni.

3.5. Pezzi lavorati (cut to size)

Le caratteristiche dei pezzi lavorati in pietra naturale sono regolate sul mercato tedesco da diverse norme di prodotto.

Tra le più importanti vi sono:

EN 12058 “ Pietra naturale – Prodotti Finiti, Piastrelle da pavimento e rivestimenti per alzate -Specifiche tecniche”

EN 12059 “ Prodotti in pietra naturale – Pietre per lavorazioni in massiccio; requisiti”

Le dimensioni esatte sono necessarie per la riuscita delle realizzazioni

Mentre i prodotti in pietra naturale come le piastrelle in pietra o le pietre da pavimentazione sono facilmente gestibili da parte dei commercianti, quando si tratta di realizzazioni con pezzi lavorati, viene richiesta una forte competenza tecnica.

Oltre alla qualità della realizzazione è necessario effettuare un computo metrico in loco, ciò che è impossibile per la maggior parte delle imprese commerciali. Per questi tipi di lavori perciò si richiede generalmente l'intervento dell'esperto che sarà in grado di eseguire un computo metrico esatto di scale, lastre per il rivestimento delle facciate o ripiani per cucine.

Molte di queste lavorazioni vengono realizzate da aziende tedesche.

Se l'azienda esecutrice non dovesse disporre delle attrezzature necessarie, come per esempio succede spesso per la produzione di lavori di intarsio che richiedono l'aiuto della tecnica di tranciatura ad acqua o, se con l'ordine impartito viene superato il potenziale produttivo dell'azienda, come p. es. succede nel caso di ordini da parte di alberghi

che necessitano la consegna puntuale di un alto numero di ripiani per lavandini, i produttori tedeschi spesso devono ricorrere a fornitori esterni che realizzano i pezzi finiti mancanti.

I vantaggi dei fornitori italiani nel settore degli immobili privati

In questo settore l'industria della pietra naturale italiana ha buone possibilità poiché dispone di un know-how pluriennale e di ottime attrezzature aziendali. A questo proposito sarebbe opportuno informare in modo dettagliato, soprattutto la categoria di cui al par. 2.1., dei vantaggi di una cooperazione nel settore della produzione in piccola serie. Un ulteriore vantaggio per una cooperazione con aziende italiane sta nella vicinanza geografica. Spesso in Germania vengono realizzati oggetti in tempi molto limitati e scadenze brevi. Se in questa fase si verificano danni durante il trasporto, computi metrici errati o difetti di produzione, il termine di completamento concordato non può essere mantenuto e può comportare delle clausole penali. Se un fornitore utilizza prodotti finiti asiatici, tali rischi aumentano particolarmente a causa alle lunghe vie di trasporto. Se durante la fase dell'intervento edilizio si verificassero degli aumenti di cubatura, anche in questo caso sarebbe difficile per le aziende implicate che acquistano prodotti finiti in Estremo Oriente, reagire a queste richieste nei tempi concordati. Una cooperazione con imprese italiane significherebbe una flessibilità notevolmente superiore.

3.6. Prodotti per arredamenti d'interni di alta gamma

Per lavori in arredamenti d'interni di alta gamma sono rilevanti essenzialmente le norme dei prodotti descritti al paragrafo 3.3. Se tra questi lavori, oltre alla fornitura di materiali, si tratta anche di pose in opera, allora i requisiti più importanti vengono registrati nella costruzione dell'opera nella DIN 18332, VOB -Verdingunsordnung für Bauleistungen (disciplinare delle gare d'appalto, n.d.t.) - Parte C: Condizioni Generali di Contratto per le Gare d'Appalto (ATV), Lavori di pietra da taglio naturale.

Gli architetti danno importanti spinte decisionali

Gli arredamenti d'interni di alta gamma vengono per lo più realizzati con il supporto di architetti, quindi è importante presentare agli architetti tedeschi le capacità produttive delle aziende italiane in questo settore. Il miglior tipo di presentazione sono le fotografie degli articoli prodotti che sono per gli architetti un'ispirazione progettuale e mostrano inoltre la professionalità delle aziende.

Non trascurare il contatto con i clienti finali nel settore della ristrutturazione

Con lo spostamento del volume d'affari al settore della ristrutturazione, come descritto al paragrafo 1.3., in futuro potrà verificarsi sempre più sovente che vi sia richiesta di lavori di arredamento d'interni d'alta gamma anche senza il supporto di architetti. In questo contesto è importante rivolgersi direttamente al cliente finale e sensibilizzarlo all'acquisto di pietre naturali. La pubblicità su riviste di arredamento rivolte ai consumatori ha dei costi molto alti e deve essere ripetuta più volte, per cui sarebbe più opportuno collaborare con aziende di commercio di pietra naturale che, come citato al par. 2.1., dispongono di show-rooms o con grossisti di piastrelle, come citato al par. 2.2.. Una presentazione accurata dei prodotti in begli spazi espositivi stimola gli acquisti e dà un carattere di distinzione rispetto a prodotti standard di basso livello. Un'altra possibilità di presentazione è costituita da internet che fornisce però solo un primo impulso positivo all'acquisto. La stretta collaborazione con partner tedeschi qualificati rimane quindi basilare per stimolare e concludere le vendite supportate da buone consulenze tecniche.

3.7. Lapidari sepolcrali

Le lapidi sepolcrali sono il fulcro del lavoro degli scalpellini

Come già descritto al par. 2.1., le lapidi sepolcrali vengono realizzate generalmente dagli scalpellini. Un gran numero di queste imprese lavora esclusivamente per il settore funerario. Oggigiorno le lapidi sepolcrali in commercio non sono tutte lavorate completamente a mano, ma molte di esse vengono importate come prodotto semilavorato o addirittura finito. Per il mercato tedesco bisogna citare in primo luogo quelle importate dall'India che ormai sono diventate una componente fissa di molte esposizioni.

Un'altra possibilità di collaborazione può consistere nella fornitura di tranci che come materiale grezzo servono alle imprese artigianali tedesche per realizzare i proprie progetti.

In questo settore esistono già molti rapporti di collaborazione consolidati con imprese artigianali, il che rende sicuramente difficile entrare su questo segmento di mercato.

3.8. Prodotti per giardinaggio e paesaggistica

Qui valgono essenzialmente i requisiti di prodotto come descritto al par. 3.3, 3.4. e al 3.9.. Tra questi prodotti si possono trovare anche rivestimenti per pavimenti, scale ed accessori decorativi.

Essenzialmente, le caratteristiche di questo settore di mercato sono state descritte al par. 2.5. I prodotti per il giardinaggio e la paesaggistica vengono commercializzati non solo nelle esposizioni settoriali, ma sempre di più nei centri Fai-da-te. Qui si trovano soprattutto i prodotti provenienti dall'Estremo Oriente che invadono il mercato come merce di massa a prezzi bassissimi.

Il design di qualità
insieme a prezzi stabili
offre buone possibilità
di mercato

Con riferimento al "effetto cocooning" descritto al par. 2.5., si dovrebbe tener conto che i tedeschi danno sempre più valore all'individualità. I prodotti di massa asiatici spesso non rispecchiano il gusto del cliente tedesco. Infatti vengono richiesti prodotti di alto livello di piccola serie che mantengano prezzi stabili e siano articoli di marca che soddisfano le esigenze di immagine del cliente. Questo tipo di clientela, grazie all'acquisto di questi prodotti di alta gamma, potrà mettere in mostra il suo alto stile di vita. Dato che è però risaputo che questo tipo di cliente compra anche imitazioni a basso costo, quando si entra sul mercato con nuovi prodotti, essi dovrebbero essere accompagnati dai brevetti d'autore, dai certificati di modelli registrati e di diritto dei marchi. Solo così è possibile contrastare subito a livello giuridico le importazioni di articoli contraffatti.

3.9. Prodotti per la costruzione di strade pubbliche

I requisiti sui prodotti per la costruzione di strade sono regolati da diverse norme di prodotto.

Tra le più importanti vi sono:

EN 1341 “ Lastre in pietra naturale per esterni – Requisiti e Procedure di controllo”

EN 1342 “ Pietre da pavimentazione per esterni – Requisiti e Procedure di controllo”

EN 1343 “ Cordonate in pietra naturale per esterni – Requisiti e Procedure di controllo”

In Germania i prodotti italiani di pietra naturale sono stati utilizzati in grande quantità per la costruzione di strade pubbliche. In primo luogo bisogna nominare il porfido trentino che caratterizza molte città e molti comuni tedeschi. Osservando il nord della Germania, per esempio Berlino, si può dire che qui il carattere regionale è soprattutto determinato da pietre scandinave. Ciò deriva dalla presenza di massi erratici che arrivavano in queste regioni tramite il movimento glaciale. Inoltre, nei tempi antichi, le navi anseatiche, di ritorno dai paesi scandinavi, spesso si portavano appresso pietre naturali come zavorra.

I progettisti preferiscono le pietre locali

Le regioni in cui si sbancano i graniti tedeschi si trovano nelle zone delle foreste di abete rosso e della foresta bavarese, oppure all'est, nella Lusazia. Le rocce sbancate qui sono soprattutto granito grigio e granodiorite che, a causa delle importazioni cinesi, stanno subendo una forte pressione sui prezzi. Molti architetti tedeschi stanno cercando di realizzare negli spazi pubblici progetti che prevedano il più possibile l'utilizzo delle pietre locali, di modo che venga mantenuto il

carattere tipico della regione. Purtroppo però, in molti casi, questi sforzi falliscono a causa delle scarse risorse finanziarie dei comuni.

In una situazione di concorrenza dell'industria italiana della pietra naturale con altri offerenti internazionali, non solo i costi dei materiali, ma anche le spese di trasporto giocano un ruolo determinante. Mentre fino a poco tempo fa si registravano dei forti aumenti delle tariffe dei trasporti, con la crisi economica e la conseguente riduzione del flusso delle merci, i costi dei trasporti sono scesi notevolmente, il che potrebbe determinare per le imprese esportatrici italiane un peggioramento di questo segmento di mercato.

La competenza di decisione spetta alle autorità statali e comunali

Come descritto al par. 2.7., per quanto riguarda le gare d'appalto di lavori pubblici, esse vengono curate da architetti ed ingegneri che lavorano all'interno delle pubbliche amministrazioni. Se questi uffici si venissero a trovare con un carico di lavoro troppo grande, come è prevedibile possa succedere prossimamente per il disbrigo dei nuovi piani di rilancio economico, allora alcuni incarichi verranno dati ad architetti e ingegneri liberi professionisti. La competenza decisionale definitiva spetta comunque alle rispettive autorità statali o comunali.

Anche in futuro sarà probabilmente difficile per l'industria italiana della pietra naturale concorrere con i bassi prezzi degli offerenti dell'Estremo Oriente. Si possono però considerare delle possibilità nel settore dell'ampliamento e del completamento delle zone pedonali già esistenti nelle zone urbane. In questo contesto spesso i nuovi progetti devono venir realizzati con lo stesso tipo di concezione esistente al fine di mantenere uninsieme architettonico omogeneo. Negli ultimi decenni molte zone centrali 1a (top) di città sono state pavimentate con porfido italiano. Su questo tema, per perseguire un quadro omogeneo nella realizzazione delle zone urbane, gli uomini d'affari residenti potrebbero portare come argomento il fatto che l'ampliamento dovrebbe continuare allo stesso modo anche oltre la zona più rappresentativa, per non creare zone centrali di categoria b.

Elementi in pietra naturale di alta qualità valorizzano lo spazio pubblico

Oltre ai puri materiali per pavimentazione, negli spazi pubblici vengono collocati sempre più spesso degli elementi in pietra naturale come per esempio fontane, panche e conche per piante. Sotto questo aspetto, il design italiano dovrebbe essere molto più impattante rispetto alla merce dozzinale ed economica proveniente dall'Asia. Non si deve pensare che i progettisti facciano le loro scelte solamente in base ai prezzi. Il fattore prezzo è sicuramente determinante nel caso della scelta dei materiali per le superfici, ma quando si tratta di elementi decorativi, il fattore design acquista decisamente valore. Quando la scelta riguarda zone commerciali, il lato estetico, fungendo da polo di attrazione, dovrebbe essere al centro delle scelte. Per questo motivo si richiedono buoni prodotti conformi al gusto e allo stile di vita tedeschi.

4. Rocce

Contrariamente alla differenziazione, precedentemente usata in Italia, tra marmi, graniti e pietre, in Germania si usa fare una distinzione più differenziata a seconda della classificazione petrografica delle rocce. La nomenclatura corrispondente è regolata dalla EN 12440.

Qui di seguito un quadro della classificazione delle rocce più importanti:

4.1. Granito

In Italia la definizione corrente di "graniti" è una voce merceologica che definisce diversi tipi di rocce dure. Da quando è entrata in vigore la EN 12440, in caso di consegne sul mercato tedesco, è necessario fare delle distinzioni. Nella definizione di Granito, secondo il regolatore tecnico, si intende una roccia plutonica ipersilicica che presenta un quantitativo minimo di quarzo pari al 20%. Attualmente sul mercato tedesco

vengono offerte da produttori italiani rocce dure multicolori, provenienti dall'India e dal Brasile e definite come granito. Qui, in caso di false definizioni delle rocce, potrebbero sorgere dei problemi giuridici, soprattutto nel momento in cui la merce consegnata presentasse delle notevoli differenze di colore e di struttura rispetto ai campioni.

In Germania i graniti vengono tuttora venduti in grandi quantità. Nella lingua tedesca esiste il detto "duro come il granito" che suggerisce ai clienti finali l'alta resistenza di questa pietra. I venditori poco preparati, durante la fase di informazione sui prodotti, spingono spesso il granito perché non richiede una profonda consulenza.

In Germania nelle costruzioni si utilizza per lo più il granito grigio. Per quanto riguarda questo materiale, negli ultimi anni le aziende cinesi hanno aumentato notevolmente le loro quote di mercato grazie ai loro prezzi bassi.

I graniti vengono usati per le costruzioni di spazi collettivi

Il granito viene usato per le pavimentazioni di spazi collettivi dove c'è molto passaggio, come per esempio nel caso di aeroporti, stazioni, gallerie commerciali ed edifici dell'amministrazione pubblica. Purtroppo per questi tipi di costruzione vengono raramente scelti materiali di roccia carbonatica, come p.es. il marmo o la pietra calcarea. Secondo l'opinione dell'autore, invece, questi tipi di pietra potrebbero venir utilizzati anche per spazi collettivi che sicuramente acquisterebbero dal punto di vista architettonico. Infatti, se si pensa all'aeroporto di Pisa o alla Fiera di Francoforte, entrambi luoghi molto frequentati, si ha conferma del fatto che questo tipo di materiale si adatterebbe a questo tipo di impiego.

Il granito non è tutto uguale. Alcuni graniti cinesi presentano per esempio un più alto rischio di formazione di macchie. A questo proposito sarebbe opportuno far conoscere sul mercato tedesco i dati comparativi ai graniti italiani.

4.2. Gabbro

In Italia il gabbro viene correntemente incluso nella voce "granito". In base ai requisiti della EN 12440 queste rocce vengono oggi classificate nella voce merceologica dei gabbro. La definizione di granito nero sul mercato tedesco e su quello europeo non è corretta poiché queste rocce si differenziano notevolmente dal granito nella loro composizione mineralogica. Si tratta infatti di rocce plutoniche di colore che va dal grigio scuro al nero.

Il gabbro è molto di moda per il suo colore

Attualmente questo tipo di pietra è molto di moda in Germania. Viene usato sia negli spazi interni come rivestimento per pavimento e per scale, sia nell'arredamento d'interni come per ripiani per lavandini, per cucine o per mobili o anche negli spazi esterni come per lastre per rivestimento di terrazzi o di scale. Trattandosi di roccia silicica, il gabbro presenta una buona robustezza tecnica. Generalmente sul mercato tedesco si commercializzano soprattutto le superfici lucidate e fiammate, ma oggi si registra anche molta richiesta di superfici spazzolate di questo tipo di pietra. Il gabbro di tipo Nero Impala africano fa parte dell'assortimento standard dei produttori italiani. Nell'acquisto di nuovi tipi di gabbro ancora poco conosciuti, si dovrebbe fare attenzione alla resistenza chimica. Il G684 cinese, per esempio, ha una scarsa resistenza chimica ed in Germania ha già dato parecchi problemi dopo che è stato eseguito il consueto lavaggio delle fughe con sostanze a base di acido. A questo proposito gli esportatori italiani, di fronte a nuovi tipi di gabbro offerti sul mercato, dovrebbero eseguire i dovuti controlli.

4.3. Riolite (termine corrente: porfido)

Riolite è una denominazione per rocce vulcaniche acide che chimicamente somigliano al granito. Questa definizione viene spesso utilizzata nella documentazione tecnica tedesca. In

Italia, commercialmente, questo tipo di roccia viene di solito chiamata “porfido”, mentre in tedesco il termine “porfido” è solamente una definizione di una caratteristica strutturale di una roccia. Come struttura porfirica si definisce una struttura di roccia nella quale singoli fenocristalli riconoscibili macroscopicamente si trovano in una matrice rocciosa non identificabile macroscopicamente. In conformità della EN 12440 tali rocce vengono registrate con la denominazione di ignimbriti. Questo tipo di denominazione riconduce alla sua origine. Noti rappresentanti di questa categoria merceologica sono i porfidi trentini.

Oltre al grande utilizzo negli spazi esterni, si può anche pensare ad un maggior utilizzo all'interno di edifici

Il porfido trentino è stato molto usato in Germania negli appalti pubblici come zone pedonali o piazze di mercato. Grazie alle sue calde tonalità di colore che vanno dal grigio terra ai toni del viola, con elementi giallognoli di ossido di ferro, esso si inserisce armoniosamente nelle zone dei centri urbani. Attualmente in Germania, nei progetti di costruzione pubblici, vengono utilizzati molti tipi di granito grigio e giallognolo provenienti dalla Cina. Poiché i graniti gialli provengono dalle zone di erosione delle cave, il porfido trentino presenta sicuramente delle migliori caratteristiche tecniche di robustezza. Oltre all'utilizzo negli spazi esterni, la riolite italiana si adatterebbe molto anche per interni. Come categorie preferite di utilizzatori, si tratterebbe qui di committenti privati o gestori di hotel e ristoranti che amano lo stile rustico. Proprio per i due ultimi settori qui citati, questo tipo di superficie antisdrucchiolevole e dall'alta resistenza meccanica e chimica, ha buone possibilità di essere apprezzata.

4.4. Tefrite (Basalto)

La tefrite è per lo più una roccia di colore grigio che, a seconda del grado di lavorazione della superficie, assume tonalità più scure. Essa corrisponde ampiamente al gusto tedesco di

omogeneità. In paragone ai giacimenti tedeschi, quelli italiani presentano generalmente blocchi grezzi notevolmente più grandi che risultano essere vantaggiosi, specialmente per la produzione di pezzi di grandi formati.

Possibile creazione di prodotti di nicchia

Un'altra particolarità di produzione è data da quella siciliana della smaltatura e della colorazione della tefrite. In questo caso si tratta più che altro di piani di tavoli lavorati artigianalmente. Questi piani, con i loro motivi sia tradizionali che moderni e di nuova concezione, possono essere interessanti per i clienti finali che dispongono di stipendi alti. Qui si tratta esclusivamente di un settore di prodotti di nicchia che però potrebbe venir ampliato ad altre linee di prodotti servendosi di un giusto design e di una commercializzazione mirata ad un certo tipo di potenziale clientela. Negli arredamenti d'interni d'alta gamma, attualmente sul mercato tedesco vengono già venduti prodotti francesi di tefrite smaltata per l'arredo dei bagni.

4.5. Roccia di tufo

Potenziale di sviluppo nel settore del giardinaggio e paesaggistico

Le rocce di tufo sono generalmente rocce di media durezza di origine vulcanica. In Germania vengono sbancate soprattutto nella Eifel, nei dintorni di Mayen. Il settore di impiego principale qui è dato dalla produzione di rivestimenti per facciate utilizzate soprattutto nella zona di Colonia / Düsseldorf. La capacità di produzione è relativamente piccola. La roccia di tufo in genere si adatta limitatamente ad interventi di tecnica edilizia. Un settore di intervento alternativo potrebbe però essere costituito da progetti di realizzazione di giardini privati, dato che il tufo italiano, con le sue tonalità di colore forti e caldi, rispecchia il gusto dei clienti tedeschi.

4.6. Pietra calcarea in generale

Le rocce tradizionali dovrebbero venir

Per tradizione in Germania le pietre calcaree italiane sono state utilizzate in grande quantità. Ancora oggi pietre calcaree come Botticino o Rosso

fatte conoscere soprattutto agli architetti più giovani

Verona fanno parte di quelle rocce che vengono usate in stanze di rappresentanza di edifici rinomati. Tra gli architetti, e soprattutto tra i più giovani, le pietre calcaree italiane sono state messe un po' in disparte. In questo contesto sarebbe opportuno avvicinare specialmente gli architetti più giovani alle pietre calcaree italiane ed alla loro tradizione.

Attualmente in Germania vengono utilizzate molte pietre calcaree francesi. Come già descritto al par. 1.1., si tratta qui più che altro di olite monocolori, beige chiaro, che presenta ovvi problemi nel mantenerlo pulito.

Per questa categoria petrografica, è necessario far bene attenzione ad utilizzare le esatte definizioni in conformità della EN 12440. La definizione di Marmo deve venir assolutamente evitata, laddove non sia appropriata, al fine di non andare incontro a conseguenze tipo quelle citate al par. 4.9..

4.7. Travertino

Propriamente il travertino fa parte, come altre rocce calcaree, delle rocce carbonatiche. Questa categoria merceologica viene qui messa particolarmente in evidenza poiché negli ultimi anni essa ha vissuto in Germania una vera rinascita. Questa pietra soddisfa il desiderio dei clienti tedeschi di calde tonalità di colori di terra con ornamenti vividi e che, osservata nel suo insieme, risulta armoniosa.

Realizzazioni di successo come esempi che possono dare impulso ad una vera rinascita di materiali edili

Esempio di quanto le realizzazioni edilizie di successo possano influenzare le tendenze architettoniche, lo troviamo nel Getty Museum di Los Angeles. Qui l'architetto Richard Meier con la sua opera ha incentivato l'uso del travertino e ne ha favorito un maggiore gradimento. Anche in Germania Richard Meier ha utilizzato il travertino per il rivestimento interno del grande magazzino Peek & Cloppenburg di Düsseldorf. Spesso la pubblicazione di realizzazioni architettoniche su riviste specializzate serve da catalizzatore per creare una vera e propria rinascita di materiali edili.

4.8. Arenaria

L'utilizzo dell'arenaria ha una lunga tradizione in Germania

La lavorazione dell'arenaria ha una lunga tradizione in Germania. Ci sono molte cave di arenaria di importanza prettamente regionale. Fu soprattutto dopo la nascita della ferrovia, nel 19° secolo, che alcune di queste pietre vennero utilizzate anche a livello nazionale. Oggigiorno molte di queste cave non sono più attive. Ciò nonostante l'arenaria è per il mercato tedesco una delle pietre più importanti che trova il suo principale impiego nei rivestimenti delle facciate, non solo di nuove costruzioni, ma piuttosto in opere di ristrutturazione per la conservazione del patrimonio edilizio.

Come pietra ornamentale la Pietra Dorata italiana era molto rinomata. La vivacità della pietra, unita alle calde tonalità di giallo, piaceva molto ai progettisti e agli architetti tedeschi. Oggi sul mercato tedesco si trovano altre pietre ornamentali di colore e struttura simili, provenienti dall'India e dalla Cina.

L'arenaria Pietra Serena, della zona intorno a Firenze, è ancora oggi molto apprezzata dagli architetti tedeschi. In effetti nel mondo esistono molte pietre di arenaria simili ad essa, ma in questo caso il lato emotivo ha il sopravvento. Firenze e la Toscana hanno assunto una notevole importanza per gli architetti tedeschi che amano l'atmosfera di questa regione. Per questo la Pietra Serena porta con sé un valore che va oltre a quello del solo materiale. Come già citato nel par. 1.1, i fattori emotivi hanno un forte peso nella scelta degli acquisti. Le forme possono venir copiate, sul mercato globale si possono trovare alternative alle rocce tradizionali, ma il fascino degli originali non ha eguali. Le loro caratteristiche straordinarie significano per i clienti elementi che di distinzione.

4.9. Marmo

Il marmo è senz'altro il tipo di roccia che ogni tedesco associa direttamente con l'Italia. Carrara è diventata quasi sinonimo e quintessenza del marmo.

Badare bene alle differenze di definizione del marmo e della pietra calcarea

Ciò nonostante, quando si esporta sul mercato tedesco, bisogna fare attenzione poiché, quello che tradizionalmente è stato venduto come “marmo”, non corrisponde alla definizione di marmo conforme alle norme europee vigenti. In base a queste norme, una pietra calcarea può venir definita come “marmo” solo dopo che vi è stata una trasformazione metamorfica della roccia carbonatica. Viene quindi richiesta la definizione petrografica scientifica basata su un'analisi conforme alla EN 12407. Quest'ultima deve risultare per definizioni e dati conforme alla EN 12440.

Che tutto ciò non sia solamente di interesse scientifico, ne è prova la giurisdizione tedesca in una sentenza della corte d'appello di Düsseldorf. Un cliente aveva preteso l'annullamento di un contratto di vendita poiché gli era stata venduta come marmo della pietra calcarea lucidata. La corte d'appello decise che la fornitura non era corrispondente alle condizioni di contratto (Sentenza del 20.10.2004, sigla del fascicolo 2004 -I 3 U 5/04 Fonte: Rivista STEIN, Callwey Verlag, numero 4/2005

4.10. Ardesia

I rivestimenti di ardesia con superfici ruvide sono molto di moda in Germania

I rivestimenti in ardesia attualmente sono di moda in Germania. Si può notare un apprezzamento generale delle rocce con superfici ruvide. Mentre nei tempi passati questo tipo di rivestimenti ruvidi era limitato all'utilizzo esterno, oggi l'impiego edilizio è sempre più usuale negli interni.

Con riferimento alla rivista Stone 2008 – World Marketing Handbook di Carlo Montani, in Germania l'ardesia è stata per lo più importata dalla Spagna. La quantità è stata di 101.000 tonnellate. Con tale cifra la Spagna ha una posizione di forte predominanza in confronto alle importazioni da altri paesi. La maggior parte dell'ardesia importata viene sicuramente utilizzata per le coperture dei tetti. Stupisce il fatto che dal Portogallo si importino solamente 1000 tonnellate. Il secondo

paese per cifra di importazione è il Brasile con 8.000 tonnellate. C'è da supporre che negli ultimi tempi queste importazioni siano aumentate. Anche l'ardesia cinese, con le sue 3.000 tonnellate, viene apprezzata. Per quanto concerne le importazioni dal Belgio, che risultano essere pari a 3.000 tonnellate, si tratta sicuramente di cifre delle statistiche di esportazione nelle quali rientrano anche materiali arrivati sul mercato europeo, ma provenienti da paesi oltreoceano. Anche per l'ardesia della Norvegia non dovrebbe trattarsi di ardesia scistosa, in senso petrografico, ma di certo contenere anche il metascisto e la fillite. La stessa cosa avviene anche per le cifre riguardanti il materiale cinese.

La quota di ardesia italiana, pari a 1.000 tonnellate, è piuttosto scarsa. Tra queste il punto di forza è soprattutto dato dall'ardesia ligure. Un ulteriore aumento delle vendite nel segmento dei materiali di serie per coperture di tetti certamente non può verificarsi poiché l'ardesia ligure viene in genere tagliata in uno spessore di 10 mm, mentre i concorrenti spagnoli e quelli portoghesi riescono ad ottenere ardesia per tetti di uno spessore di 5 mm. Ciò significa che non c'è possibilità di concorrere con loro. Diversa è la situazione nel settore dei lavori finiti pregiati per l'arredamento di interni di alta gamma. In questo caso l'ardesia ligure ha a suo favore, rispetto alla concorrenza, sia il design che la lavorazione. Sarebbe interessante mettere in evidenza nella pubblicità linee di prodotti di fascia di prezzi alti, che potrebbero servire come completamento all'offerta di prodotti di serie.

4.11. Micascisto / Fillite / Metaquarzite

Molti tipi sono
adatti per le
zone wellness

Queste sono rocce metamorfiche di ardesia a tessitura scistosa che vengono generalmente lavorate con la tecnica del taglio a spacco. Le superfici tagliate a spacco presentano delle miche. Miche chiare come la sericite e la muscovite conferiscono a queste pietre la loro tipica lucentezza. In conformità della EN 12 670 una roccia può essere definita Quarzite solo quando contiene una percentuale di quarzo pari almeno all' 80%. Tra queste rocce si trova per esempio la quarzite argentea dell'Alto Adige.

Mentre nei tempi passati questo tipo di rocce veniva utilizzato per esterni, negli ultimi anni se ne è notato sempre più sovente un impiego negli spazi interni. Grazie alle loro superfici ruvide, queste pietre sono altamente antisdrucchiolo e con tale proprietà soddisfano i requisiti della BGR 181 nella quale vengono classificate con grado di sicurezza di sdrucchiolosità R 9 o oltre. Anche nel settore dei rivestimenti calpestabili a piedi nudi, queste pietre hanno ottenuto buoni risultati in base alle DIN 51097 e vengono quindi utilizzate spesso nelle zone wellness.

Oltre alla Scandinavia e al Brasile, in un prossimo futuro anche la Cina entrerà sul mercato tedesco con questi tipi di pietre poiché vicino a Pechino vi sono parecchi giacimenti.

4.12. Gneiss

In Italia gli gneiss vengono venduti per lo più sotto la voce merceologica di “graniti”. Anche qui ci si dovrebbe riferire alle direttive della EN 12440. Dato che gli gneiss sono rocce metamorfiche a tessitura scistosa, essi non possono far parte della categoria dei “graniti”. Potrebbero infatti sorgere dei problemi quando si consegnano dei campioni e la tessitura non appare in tutta la sua entità. In special modo gli ortogneiss e le migmatiti sono pietre molto colorate e dalla tessitura variata. Pietre come per esempio Kinawa o Juparana Colombo provengono dal Brasile e dall'India. Esse sono diventate il punto di forza della gamma dei grossisti italiani. Le lastre di grandi dimensioni e la posa “open-book”, come descritto al par. 3.4., valorizzano in pieno queste pietre.

Verificare i dati CE determinanti la direzione di segagione della prova di resistenza alla flessione

Dato che gli gneiss, durante il taglio con compressione o trazione assiale presentano diversi valori di resistenza alla flessione, è necessario verificare dai risultati del test, se la prova è stata eseguita con compressione o con trazione assiale. In caso contrario, i valori delle certificazioni CE e degli imballaggi potrebbero divergere notevolmente dai valori della fornitura.

In Germania simili pietre colorate, essendo molto dominanti visivamente, vengono impiegate per lo più su piccole superfici, come pietre ornamentali. Nel periodo del loro ingresso sul mercato su grande scala, negli anni '80, esse vennero utilizzate anche per grandi superfici. Oggigiorno invece le grandi superfici vengono realizzate nei colori grigio o beige. Oggi molto spesso queste pietre vengono utilizzate per i ripiani di cucine.

Nelle fasi di progettazione, gli architetti devono venir informati sulle differenze di luminosità del tono del colore di base. Nei collages di colore, queste pietre sono molto difficili da combinare. È consigliabile mantenere nei colori neutri le altre superfici di contorno dell'ambiente. Conviene che le campionature siano presentate su grandi superfici composte da molte lastre, di modo che non si creino delle controversie a causa di differenze di colore tra il materiale di consegna e quello della campionatura.

Le relative procedure sono regolate dalle EN 12057 e EN 12058.

4.13. Quarzite a blocchi

Per quanto riguarda la definizione Quarzite a blocchi, non si tratta di una definizione petrografica generale, ma di una definizione di roccia che è stata utilizzata dall'autore tedesco, Friedrich Müller, un esperto della materia. Essa esprime bene la differenza tra le quarziti prodotte con la tecnica della segazione e le quarziti trattate con la tecnica del taglio a spacco e che presentano degli strati di mica. Tra la quarzite a blocchi troviamo per esempio l'Azul Macaubas o l'Azul Imperial. Le rocce di questo tipo sono tra le più care sul mercato delle pietre naturali. I commercianti tedeschi di pietre naturali le utilizzano spesso nei loro show-rooms come prodotto top. Causa gli alti prezzi di vendita, ne vengono ordinate solamente piccole quantità.

La scelta del materiale dovrebbe possibilmente essere effettuata insieme al cliente

Dato che questi tipi di pietre variano molto nei colori e nella struttura, i campioni di piccole dimensioni non sono sufficienti. In Germania vi sono diverse ditte specializzate nell'esecuzione di lavori con materiali in pietra naturale di alto valore, che affrontano senza problemi incarichi di questo tipo. Nel caso in cui la ditta scelta non disponesse di esperienza sufficiente con queste rocce, è preferibile effettuare la scelta del materiale con il cliente presso la fabbrica in Italia, per evitare futuri reclami riguardo le differenze di colore.

Conclusione

Nonostante la crisi finanziaria ed economica, la Germania, in confronto ad altri paesi, resterà anche nei prossimi anni il maggiore acquirente di prodotti in pietra naturale. I tedeschi hanno grandi patrimoni risparmiati ed un tradizionale legame alla casa ed al terreno. In questo contesto soprattutto la generazione degli ultra 50enni risulterà essere la categoria di riferimento per le costruzioni di proprietà. Oltre ai consumi finora ancora stabili delle famiglie, lo stato ha deciso dei piani di rilancio economico che avranno anche dei riscontri positivi sulla richiesta di pietre naturali.

Il mercato si divide sempre più tra il settore della merce di serie ed il settore dei prodotti di alta qualità. Una concorrenza diretta delle imprese italiane del settore delle pietre naturali con gli offerenti asiatici di prodotti a basso costo, sembra praticamente impossibile e comunque non produrrebbe gli utili desiderati. Solamente la vicinanza geografica alla Germania, in caso di una variazione dei costi dei trasporti, potrebbe portare ad un cambiamento della situazione del mercato. Anche se si verificherà un aumento dei prezzi cinesi, come è prevedibile a medio termine, in un mercato globale quale è il nostro, arriveranno sempre nuovi offerenti con prodotti a prezzi bassi che produrranno un influsso negativo su un'economia produttiva.

La forza delle imprese del settore della pietra naturale risiede nel segmento di mercato alto, che permette di offrire ai consumatori finali prodotti di alta qualità. In questo contesto è auspicabile che le aziende offerenti non si limitino solo alla menzione delle qualità tecniche dei prodotti. Storicamente tra la Germania e l'Italia esistono relazioni consolidate. Il design e il modo di vivere italiani sono stati e sono anche oggi molto in voga. Per questo motivo nell'evidenziare il carattere di esclusività dei prodotti del segmento di prezzi alti e nella loro descrizione, si dovrebbero includere anche connotazioni emotive, visto che per il cliente tedesco, alla fin fine, sono decisive per l'acquisto.

Presentazione dell'autore:

Dipl.-Ing. (FH)

Detlev Hill

Detlev Hill lavora da più di 20 anni nel settore della pietra naturale. Grazie alla sua attività di architetto, collaboratore di un'impresa produttrice di pietra naturale, progettista di prodotti e buyer dei maggiori gruppi tedeschi di commercio all'ingrosso, egli è in grado di esaminare da diverse angolature l'andamento del mercato del settore edile e della pietra naturale.

Oggi il signor Hill è proprietario del Informationsdienst Naturstein (Servizio di Informazione Pietra naturale, n.d.t.) e, nel settore delle pietre naturali, è impegnato a livello internazionale nello sviluppo di prodotti e di immagine e nella creazione di strategie di distribuzione e di marketing.

Informationsdienst Naturstein

Dipl.-Ing. (FH) Detlev Hill

Bitburgerstraße 30

D – 54293 Trier

Tel. +49 / (0)651 – 88 44 3

Fax +49 / (0)651 – 99 80 517

Email: steininfo@t-online.de

Website: www.steininfo.de

Seminari e conferenze (estratto):

Mapei Seminario Esperti di Pietra Naturale a Carrara / Italia

158° convegno annuale della Deutschen Geologischen

Gesellschaft (Società Tedesca di Geologia) a Berlino

Stone+tec 2007

Deutsche Fliesentage 2004 (Giornate della Piastrella) a

Saarbrücken

ICE Seminario sulla Pietra Naturale al Deutschen Architektur

Zentrum a Berlino

Serie in riviste del settore (estratto):

STEIN, Callwey Verlag, München

NATURSTEIN, Ebner Verlag, Ulm

FLIESEN UND PLATTEN, Rudolf Müller Verlagsgruppe, Köln

CARO, Rudolf Müller Verlagsgruppe, Köln

CAMPOS, Ulmer Verlag, Stuttgart

Testi tecnici (estratto):

Große Enzyklopädie der Steine, Abraxas Verlag, Hasede

Naturstein im Innenausbau, Rudolf Müller Verlag

Gestalten mit Naturstein, Informationsdienst Naturstein, Trier

Sanierungshandbuch Naturstein – Keramik – Terrazzo, Rudolf

Müller Verlagsgruppe, Köln