



Il Commercio Edile

luglio 2006

Un aiuto potrà arrivare dalle normative?

Senza altro limiteranno sempre più l'attività di certe aziende produttrici, soprattutto le più piccole. Pur con una propria caratterizzazione specifica, i grossi gruppi competono ad armi pari per capacità di investimenti in adeguamento alla continua evoluzione di direttive e norme. Questa evoluzione che coinvolge tutti gli attori del settore, non solo i produttori, avrà quindi un effetto indubbiamente positivo nel tempo.

Le piccole e medie imprese hanno spesso problematiche tecniche da risolvere e chiedono aiuto ai produttori. Qual è la sua opinione in proposito?

È sicuramente indispensabile un'assistenza il più completa possibile che sia in grado di supportare il cliente in ogni fase dell'opera. In questo modo noi siamo sicuri di garantire all'impresa un prodotto di qualità. L'impresa a sua volta è tranquilla quando la effettuare i prelievi e le analisi del caso.

Holcim lavora molto sulla formazione, anche in altri mercati, per esempio quello della distribuzione edile. Si tratta di uno strumento valido per portare cultura anche in questo settore?

C'è una formazione a livello istituzionale portata avanti dall'Aticap che svolge corsi specifici per i progettisti e per gli operatori in cantiere in varie città. Noi come Holcim siamo concentrati nel nord ovest d'Italia, con un'attività formativa che avviene molto sul campo, con l'intervento diretto, a partire dai problemi che devono risolvere i clienti. Stiamo sviluppando ulteriormente il laboratorio di assistenza tecnologica per il calcestruzzo a Segrate. Abbiamo otto tecnici, dislocati nelle aree geografiche degli impianti, perché è necessaria una quotidianità di presenza sul territorio. E su questi fattori che si gioca la sfida, a partire da una cultura quotidiana del materiale e del servizio.

La richiesta di conoscenza arriva anche dalle associazioni delle imprese?

Dalle ricerche di mercato che abbiamo fatto in questi anni emerge che il nostro settore, dovendo lavorare con prescrizioni stringenti, è quello a più alto contenuto tecnico. E anche per questo che la situazione riguardo la conoscenza è dinamica a livello di associazioni, sia di produttori che di imprese. Naturalmente le associazioni si muovono al loro livello, quello istituzionale, mentre noi riceviamo le richieste di supporto dalle singole imprese, che ci richiedono intervento già anche in fase di progettazione.

Che importanza ha o avrà l'architetto nello sviluppo del prodotto?
I progettisti sono coloro che hanno la maggiore importanza e un



grande ruolo nel miglioramento della cultura del calcestruzzo. I progettisti, tutti coloro che prescrivono i capitolati, sono tra i primi artefici dello sviluppo della cultura del settore dei materiali da costruzione. Se il progettista, il prescrittore, non conosce le nuove tecniche, le nuove normative, come possiamo noi pensare di affermare questi prodotti? L'Aticap sta portando avanti un progetto particolare, finanziato dai produttori di calcestruzzo, per il quale un gruppo di tecnici qualificati sta girando l'Italia per tenere corsi specifici ai progettisti e quindi trasmettere questo know-how. Il problema è portare le novità dove esistono idee radicate infatti, storicamente, il settore delle commodities non è ad alta innovazione. Oggi stiamo realizzando l'integrazione dei bisogni perché stanno cambiando le tecniche di edificazione e, quindi, le esigenze in cantiere. Cambiano le norme, e le performance dei prodotti sono sempre più importanti. Secondo noi non esiste un unico fattore trainante, ma una serie di fattori di traino: la norma che prescrive e alla quale bisogna adeguarsi, la spinta delle associazioni, l'impegno dei produttori e degli altri professionisti della filiera.

Anche in questo campo esiste il problema del controllo?

L'applicazione della norma è sempre un problema in ogni mercato e quindi anche nel nostro.

Alcune imprese hanno bisogno di sicurezza e chiedono un supporto per essere certe del loro lavoro. Le competenze che abbiamo si sono già trasformate in supporto e assistenza sul campo e continueranno come corsi di formazione anche ottimizzando al massimo le risorse disponibili, nostre e dell'associazione.

I vostri obiettivi?

Aumentare la presenza sul mercato, nelle aree che riteniamo importanti per le prospettive di crescita. Migliorare ancora la nostra organizzazione per continuare a dare a noi e ai clienti quelle soddisfazioni che già oggi il mercato ci sta dando. Il prezzo sarà sempre un fattore competitivo, ma il cliente dovrà imparare a dare il giusto valore agli elementi di servizio che vengono offerti, cosa che oggi purtroppo non è ancora percepita e che sicuramente contribuirà ad aggiungere valore all'offerta globale. ■