



NELLA TANA DEL LEONE

MARINA CORRADI

Londra, 2009 - Sotto a King Charles Street, dietro al Parlamento, le Cabinet War Rooms sono intatte: il gabinetto di guerra da dove Churchill guidò il Paese. In una luce artificiale livida, gli uffici e camerate delle dattilografe. Un cartello: «Fine and warm», «bello e soleggiato»: per ricordarsi, nel bunker sepolto, mentre le bombe incenerivano Londra, che fuori il cielo c'era ancora. La stanza da cui Churchill trasmetteva sulla Bbc i discorsi da leone ascoltati clandestinamente in Europa, è uguale; i microfoni lucenti ancora sulla scrivania. La Map Room è tappezzata di mappe ingiallite. Dieci telefoni neri in linea dai fronti, e sulle mappe

centinaia di spilli colorati: ogni spillo, migliaia di uomini di eserciti amici e nemici. (Quello spillo là, verso il Don, era la Julia, era anche mio padre). Con i figli - silenziosi, in questo ipogeo di un altro mondo - riemergiamo nella Londra di oggi. Fra turisti di ogni paese, americani, tedeschi, dimentichi, lieti. Eppure, dice un figlio, commosso, «di qualcosa lì sotto avevo nostalgia». Di cosa? Di una immensa collettiva speranza, del colossale sforzo che permise lo sbarco alleato in Normandia. Di uno strenuo desiderio di libertà e pace: una cosa grande, che mio figlio a 14 anni avverte, e nella svagatezza dell'oggi non trova.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

San Giuseppe, sposo della Beata Vergine Maria

www.avvenire.it

Opportunità di acquisto in edicola: AVVENIRE + Luoghi dell'Infinito € 4.00



PAG. 26:

ECONOMIA

La ripresa del legno si vede dalla finestra

Gli infissi italiani richiesti in tutto il mondo

DA VERONA PIERGIOORGIO GRECO

La passione per il prodotto su misura, frutto della creatività, della ricerca, dell'innovazione. E un amore innato per la materia prima, quasi fosse una persona cui «dare del tu» per fargli esprimere il meglio e da cui carpire tutti i segreti. Non parliamo dell'ambasciatrice per antonomasia del Made in Italy - la moda - ma di un'altra, ennesima eccellenza nostrana: la finestra in legno. Un comparto che nasce da una tradizione secolare: pochi al mondo conoscono i segreti del legno come gli italiani, e pochi sono capaci di coniugare artigianalità e imprenditorialità, insieme a innovazione e standard qualitativi unici, come i produttori di casa nostra. Ora sono anche alcune cifre a confermare tutto questo. Da un'analisi di mercato effettuata da Tomorrow Swg e commissionata da LegnoFinestraltalia - associazione di prodotto che sabato scorso a Verona, nell'ambito di Legno & Edilizia, ha convocato per la prima volta in Italia un vertice con i protagonisti del mondo dell'architettura, del prodotto e del mercato - in Italia le finestre in legno registrano quote di posizione prevalente: su 37.830 operatori censiti, 18.850 sono del comparto del legno (49,8%), a fronte dei 18.130 del metallo (47,9%) e appena 850 del pvc (2,3%). In termini di unità vendute, le finestre in legno sono 4,2 milioni (47,5%), contro le 3,44 di quelle in metallo (38,9%) e 1,2 quelle in pvc (13,6%). Dati inversi, invece, per il fatturato, per il prezzo più elevato degli infissi in metallo, che rappresentano il 49,4% del mercato (2,37 miliardi euro di fatturato) rispetto al 39,3% del legno (1,89 miliardi) e 11,2% del pvc (540 milioni). Nel settore dei serramenti in legno, le 330 aziende più strutturate concentrano ben 500 milioni di euro, quasi il 30% del fatturato complessivo ma, in generale, se si analizzano le dimensioni delle aziende in maggioranza si tratta di imprese artigianali (15.480 aziende del legno, 13.890 del metallo, 480 del pvc) e in minor parte pmi e industrie (3.370 legno, 4.240 metallo e 30 pvc). Interessante la distribuzione territoriale: il Nord è la patria dell'infisso in legno - qui ci sono il 47,8% delle aziende - mentre quelle del metallo sono concentrate nel Centro Sud: 53,2% (il 59,4% delle poche aziende di pvc sono al Nord). Non secondario, infine, il raffronto con l'Europa: per numero complessivo di infissi ven-

duti, l'Italia si piazza al quarto posto con l'11% di un mercato guidato da Germania, Austria e Svizzera (26%), seguite da Gran Bretagna e Irlanda (24%), e poi Francia (16%). Ma è il dettaglio a fare la differenza: se nel Vecchio Continente il legno rappresenta solo il 28% del mercato, in Italia, come visto, si arriva al 47,5%. Quest'ultimo dato, se incrociato con una recente ricerca comparativa effettuata dal laboratorio Cert di Treviso, mostra come il nostro Paese sia quello più attento a temi come la dispersione energetica e l'inquinamento. La ricerca del Cert ha considerato tre indicatori d'impatto durante tutto il ciclo di vita dell'infisso: le emissioni di anidride carbonica e altri gas, l'impiego delle varie risorse energetiche, il consumo di acqua. Ebbene, in tutti i casi le performances ambientali della finestra in legno sono risultate nettamente superiori a quelle dei concorrenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL MERCATO

NEGLI USA FA BOOM

Se non è raro trovare infissi made in Italy nelle ville più lussuose di Hollywood o Miami, più in generale sono proprio gli Usa uno dei mercati più fiorenti - insieme a nuove opportunità in Russia e paesi dell'Est -, dove sempre più progettisti richiedono il prodotto italiano per l'estrema qualità, il design e, soprattutto, la certezza di avere tra le mani qualcosa di non standardizzato, visto che solo i produttori di casa nostra hanno la capacità e la forza di produrre infissi fuori misura. (P.G.)



L'imprenditore

Albertini (presidente del consorzio di settore): è un'eccellenza per qualità e innovazione. Ma facciamo fatica a trovare giovani che vogliono lavorare il legno

DA VERONA

«Riempire la casa di legno è più bello che non vivere nella plastica e nell'alluminio. Lavoriamo quotidianamente affinché questa cultura non venga dispersa». Carlo Albertini, titolare dell'impresa di serramenti Albertini di Colnola ai Colli (in provincia di Verona) e presidente del consorzio LegnoFinestraltalia, è un protagonista di un settore che rappresenta l'eccellenza del Made in Italy. Cosa ci distingue dal resto del mondo? Il nostro è un prodotto "a commessa": ogni ordinativo si adatta perfettamente

«Il design è su misura»

te allo stile della casa. All'estero avviene il contrario: la casa si adegua alla finestra standardizzata. È il nostro modo di lavorare: ci confrontiamo con architetti, progettisti, costruttori per fornire un prodotto unico, bello, innovativo, direi sartoriale. Questo viene apprezzato in tutto il mondo. Ma il successo della finestra in legno sta anche in altro. A cosa si riferisce? Il legno è un prodotto bello da vedersi, piacevole, caldo, l'unica materia rinnovabile, e con caratteristiche uniche come la capacità termica. In un paese come l'Italia che ha problemi energetici, anche la componente del risparmio sulla bolletta influisce. Per questo, la finestra in legno è il prodotto del futuro. La ricerca sulla materia prima è motore d'innovazione. Certamente, ma in Italia noi riserviamo una particolare attenzione anche al design: il prodotto nasce dal rapporto con il cliente, per realizzare qualcosa di bel-

lo e tecnologicamente evoluto. La finestra in legno è una produzione artigianale o industriale? La mia è un'impresa con centoventi dipendenti, ma proprio per quanto detto sopra, l'occhio artigianale, cioè l'attenzione alla personalizzazione, rimane nel nostro dna e in quello di tutti i produttori. Quali le insidie del mercato e quali le prospettive? Un sistema dell'edilizia fermo, ma anche l'arrivo di prodotti a basso costo dall'estero, in particolare dall'Est, di scarsissima qualità. In questo settore il low cost non è sinonimo di buon affare. Infine, facciamo fatica a trovare giovani che vogliono lavorare il legno, perché legati a un'immagine vecchia di falegnameria. Invece le nostre aziende sono un concentrato di tecnologia, design, e conoscenze davvero qualificanti.

Piergiorgio Greco

© RIPRODUZIONE RISERVATA