

I mercati esteri come target sia per chi ci sta già lavorando, sia per chi ha bisogno di un supporto strutturato per raggiungerli. Questa la chiave di lettura dell'apertura dei lavori di Caseltaly, la manifestazione che per la sua seconda edizione ha confermato la sede di Bergamo e la partnership con Promoberg per la sua collocazione "fieristicamente strategica"

Caseltaly, obiettivo esportazione



di Marco Oldrati

Il messaggio che è stato inviato dal convegno d'apertura di Caseltaly piuttosto chiaro: nel quadro dell'analisi proposta da "Involucro edilizio: settori, tendenze, sfide e opportunità" è emersa una palese attenzione alla leva dell'export come sostegno alla crescita delle imprese in un momento in cui il mercato nazionale nel suo insieme sembra assestarsi e segmenti specifici registrano una contrazione conseguente al tramonto della stagione degli incentivi "generosi" come quelli del Superbonus. **Laura Michelini**, Presidente di Caseltaly e **Davide Lenarduzzi**, A.D di Promoberg hanno aperto la manifestazione ribadendo la soddisfazione per una manifestazione in crescita, che ha aggiunto un padiglione espositivo (denominato C) ai due già saturati che caratterizzavano la prima edizione e hanno messo in piena luce il felice incontro fra un settore che richiedeva un momento e uno spazio di identificazione e di valorizzazione specifica e la Fiera di Bergamo, felicemente collegata al sistema aeropor-

tuale e ben strutturata in termini di accessibilità per i visitatori. Laura Michelini ha anche voluto annunciare che da questa edizione la Fiera prenderà cadenza biennale, allineandosi allo standard delle altre fiere del settore e risultando così pienamente in sintonia con il progetto descritto nel 2025.

È stata poi la volta di **Emanuele Di Faustino**, Responsabile Industria Retail e Servizi **Nomisma**, che ha illustrato la ricerca svolta dal noto istituto per descrivere l'evoluzione e la proiezione di questo segmento di mercato oltre frontiera, dove il prodotto Made in Italy porta con sé la qualità tecnologica e tecnica sviluppata in un contesto edilizio sfidante come quello nazionale, caratterizzato da una prevalenza di interventi di ristrutturazione in ambiti architettonici impegnativi come quelli dei centri urbani.

Ricerca Nomisma e "messa a fuoco"

La ricerca di mercato ha fotografato un contesto che vale circa il 20% del fatturato complessivo genera-

Il convegno di apertura ha visto la partecipazione di Nicola Fornarelli, Presidente ACMI, Fabio Gasparini, Presidente ASSITES, Fabio Montagnoli, Presidente PILE e Marco Rossi, Presidente ANFIT che hanno dato una loro visione della situazione



Annunciato da Laura Micheli che la Fiera avrà cadenza biennale, allineandosi allo standard delle altre fiere del settore e risultando così pienamente in sintonia con il progetto descritto nel 2025

Condivisa tra i partecipanti la soddisfazione per una manifestazione in crescita, che ha aggiunto un padiglione espositivo ai due già saturati che caratterizzavano la prima edizione. Nuovo padiglione l'argomento occupato dagli spazi per le delegazioni estere

to dal settore che operano all'interno delle categorie merceologiche caratterizzanti la Fiera (chiusure tecniche, finestre e infissi, schermature solari, tende per esterni, manigliera e lattoneria), imprese che realizzano un giro di affari di circa 15 miliardi di euro nel 2024 e hanno un importante ruolo anche in termini sociali dal momento che occupano oltre 105 mila addetti. Il settore può contare su un innegabile appeal sui mercati internazionali, grazie all'orienta-

mento all'innovazione, alla qualità, a soluzioni tailor made, valori molto apprezzati sui mercati internazionali unitamente a un brand Made in Italy che porta con sé elementi di vantaggio competitivo importanti: parliamo di 3,5 miliardi di euro di export nel 2024, che cresce di quasi il 30% rispetto al 2019, anche se mostra un lieve calo sul 2023 a fronte delle tensioni sui mercati internazionali connesse ai grandi eventi geopolitici.

Il tema dell'esportazione presenta ampi margini di crescita, legati anche alla necessità evidenziata da numerose delle aziende partecipanti alla ricerca di un supporto metodologico e culturale per approcciarsi ai mercati stranieri, spesso non frequentati per mancanza di risorse e competenze interne. Il dibattito a

MOTIVO DI SODDISFAZIONE

Come abbiamo riportato, il tandem Associazione Caseltaly / Promoberg ha consolidato la collaborazione con FINCO e le associazioni partner ACMI, ANFIT, ASSITES e PILE, per dar vita ad un evento verticale che mira a fare il punto su innovazioni e progressi tecnologici nel campo dell'involucro edilizio. Ne parliamo con **Davide Leonarduzzi**, Amministratore Delegato di Promoberg, che saluta con soddisfazione il rinnovarsi dell'appuntamento. "Parlare di Caseltaly è motivo di soddisfazione per tutto il team di soggetti che l'hanno voluta, organizzata e promossa: la fiera ha registrato fin dalla prima edizione un successo decisamente importante e se vogliamo anche clamoroso, perché è una manifestazione che nasce dal basso, da un attento ascolto degli operatori del settore dell'involucro edilizio."

Una fiera "su misura"?

"Sì, esattamente: ascoltando gli operatori, sia italiani che stranieri, abbiamo confezionato un evento che avesse gli ingredienti che per loro erano fondamentali, ovvero la verticalità, la specializzazione,



un elevato livello di contenuti convegnistici, formativi e normativi, un pacchetto di focalizzazione che ha ricevuto riscontri di attenzione decisamente positivi."

Caseltaly nasce a Bergamo e si riconferma nella stessa sede: perché?

"L'utilizzo di una location come quella di Bergamo ha anche una valenza che trasforma la logistica in un asset strategico: la facilità di accesso al quartiere fieristico è decisamente rilevante, perché permette agli operatori di intervenire alla manifestazione con grande comodità grazie alla contiguità con l'aeroporto di Bergamo. Insieme a Stoccarda, siamo l'unica fiera europea che offre questo servizio di collegamento diretto ad un aeroporto così capace di offrire più di 150 collegamenti punto punto con tutta Europa, il Nord Africa e Medio Oriente."

Quali le prospettive in cui si muove questa seconda edizione?

"Caseltaly cresce a doppia cifra e si preannuncia come un ulteriore consolidamento a livello di partecipazione delle migliori realtà europee che si occupano di involucro edilizio. La convergenza e l'impegno di quattro associazioni particolarmente dedicate che si occupano da anni di promuovere il meglio del made in Italy per quanto riguarda le chiusure tecniche, gli oscuranti, le tende tecniche e le carpenterie metalliche fa sicuramente premio sia sul fronte degli espositori sia su quello dell'attrazione di visitatori."

Una specializzazione che premia l'evento?

"Esattamente. La conferma di questo viene da un esempio, quello delle carpenterie, un'eccellenza italiana riconosciuta a livello internazionale, che non aveva mai avuto una propria fiera di riferimento e che grazie a Caseltaly oggi gode di un palcoscenico che mette in evidenza il suo valore. L'involucro edilizio è quella parte delle costruzioni che apporta un valore aggiunto inestimabile al costruito, perché la cosiddetta edilizia non strutturale, tipica dell'involucro, ha un'incidenza in termini tecnologici e prestazionali sull'edificio molto rilevante."

Il settore si appresta ad affrontare una sfida colossale costituita dall'EPBD. Quanto è sentito dagli operatori lo stimolo alla qualità incluso nell'impegno che il legislatore europeo ha assegnato in termini di qualificazione del manufatto edile?

"La spinta a qualificare l'edificio da un punto di vista energetico in fin dei conti converge e coinvolge il lavoro di tutti i soggetti che espongono a Caseltaly e non è un caso che abbiamo scelto di presentare l'evento ospiti del Ministero del Made in Italy, che ha sottolineato un aspetto rilevante del settore, la capacità di esportare qualità. L'esperienza sviluppata sul mercato nazionale, così fortemente orientato alla riqualificazione di un patrimonio immobiliare che ha caratteristiche impegnative per la sua storicità, è un fattore chiave, vincente del prodotto italiano, perché ne accentua la duttilità tecnica e la capacità di rispondere a contesti di utilizzo impegnativi e sfidanti. Da qui il potenziale che il settore può esprimere non solo entro i confini nazionali, ma anche verso quei Paesi che dall'EPBD trarranno esigenze di competenze tecniche e tecnologiche di cui i nostri operatori sono ampiamente in possesso."

seguire ha visto la partecipazione di **Nicola Fornarelli**, Presidente **ACMI**, **Fabio Gasparini**, Presidente **ASSITES**, **Fabio Montagnoli**, Presidente **PILE** e **Marco Rossi**, Presidente **ANFIT** che hanno dato una loro visione della situazione, sottolineando da un lato la soddisfazione di ambiti come chiusure tecniche e coperture rispetto agli andamenti, dall'altro evidenziando il pregio riconosciuto al Made in Italy nel campo delle lattonerie, mentre l'area dei serramenti ha voluto mettere in maggiore evidenza la brusca frenata post Superbonus.

Maurizio Forte, Direttore centrale per i settori dell'export di **ICE**, ha dato piena dimostrazione del sostegno che l'Agenzia sta già da tempo fornendo anche al comparto ed ha puntualizzato l'importanza

di una collaborazione nella quale è fortemente attiva **FINCO**, che con **Angelo Artale** ha svolto un ruolo chiave sia nell'ambito della Fiera sia della ricerca Nomisma. Caseltaly ha così preso il via in un clima di forte fiducia, sicuramente giustificato dai numeri e dalle prospettive che il mercato delinea davanti a sé, ma con una strategia non ancora ben definita nel suo obiettivo e nel suo target: si sono affiancati in una compresenza non del tutto nitida due visioni, da un lato un mercato nazionale che ancora pesa sul fatturato del settore per l'80% e che risente quindi per la stessa percentuale degli alti e bassi del settore edile e dall'altro una propensione all'esportazione sicuramente interessante, ma ancora da costruire per buona parte degli operatori. ■