**Ance Lombardia (via Giosué Carducci 18 - 20123 Milano, martedì 18 giugno 2019,** **tel. 02- 86454640 Incontro (*brainstorming*) dalle 10:00 alle 13:00 su “Opportunità, problemi e strategie dell’edilizia privata”**

La lunga esperienza di classifiche delle maggiori imprese di costruzioni (la prima pubblicata in *Costruire* nel 1985) mostra che la tipologia di quelle che operano nell’edilizia privata non è mai stata oggetto di un’analisi mirata. Complice anche l’attenzione spasmodica, da parte delle rappresentanze imprenditoriali e sindacali, al mercato delle opere pubbliche (amplificata dal “tormentone” del secondo codice dei contratti) e ai rapporti, spesso frustranti, con la politica. Questo comporta la disattenzione al mercato più importante dell’edilizia privata (che con i suoi 100 miliardi all’anno, tra nuovo e recupero, rappresenta tre quarti degli investimenti) e una rappresentanza inadeguata della sua offerta.

Da queste constatazioni nasce l’organizzazione di un incontro (informale e a porte chiuse) tra le maggiori imprese di costruzioni con significativa operatività nel mercato privato. I cui dati, tratti dai bilanci 2017 (gli ultimi ufficialmente disponibili) sono illustrati nella tabella allegata.  Lo scambio di opinioni, moderato dal professor Aldo Norsa, permetterà di impostare il primo Rapporto sull’offerta di edilizia privata (pubblicato dalla società di ricerca Guamari con formula *“multisponsor”*), comprensivo di una cinquantina di schede (su dati di bilancio 2018) delle principali società italiane.

Ecco alcuni temi, proposti al dibattito tra gli imprenditori invitati, che evidenziano le opportunità, segnalano i problemi e individuano le strategie per migliorare i posizionamenti di mercato (italiano, ma in prospettiva anche estero, per le imprese che possono permettersi questa sfida).

Opportunità:

Le imprese che lavorano nel privato trovano sinergie tra la promozione immobiliare e i lavori in conto terzi? Quali? A condizione di quali delimitazioni tra un’attività finanziaria e una industriale?

Possono aumentare il valore aggiunto dei loro *output* perseguendo sinergie con i progettisti (architetti e *designer,* ingegneri)? Quali e con quali eventuali controindicazioni?

Possono arricchire l’offerta ricorrendo a tecnologie innovative (eventualmente proprietarie) sia di prodotto che di processo?

Hanno interesse a crescere nel mercato con operazioni *m&a* mirate a quali soggetti imprenditoriali?

Problemi:

La committenza privata non è educata a valutare adeguatamente la “*value for money*”, notoriamente più sofisticata dell’”offerta economicamente più vantaggiosa” perché riguarda la triade “costi-tempi-qualità”.

La richiesta all’impresa di costruzioni di coinvolgersi in forme di *ppp* *(public-private partnership)* rischia di inficiarne l’equilibrio economico a fronte di controparti pubbliche inaffidabili.

La “guerra dei prezzi” rischia di privilegiare il fatturato a scapito della redditività aziendale.

I rapporti con il mondo bancario richiedono una sempre maggior “forza contrattuale”.

Inoltre, gli ultimi sviluppi di “progetto Italia” rischiano di far apparire sul mercato un soggetto “pigliatutto” (di “italstatiana” memoria) che potrebbe creare problemi alle imprese minori (e sane) non solo nel mercato pubblico.

Strategie:

Salire di livello nella dimensione degli interventi è il “sogno nel cassetto” di molte imprese: la sfida degli edifici grandi e complessi (“*tall buildings*” e non solo) fa da spartiacque tra chi investe e si attrezza tecnologicamente e chi “va sul sicuro”. Ma la qualificazione per non può che essere graduale, basata sulla soddisfazione di clienti aperti alla concorrenza internazionale.

Per chi è più qualificato diversificare all’estero è un *must.* Con una strategia ovviamente cauta, graduale, selettiva e, se possibile, di alleanze.

Perché vanno all’estero decine di società italiane di *contracting* (provenienti dall’industria degli elementi d’arredo) e non le imprese edili? Perché vige il “*bottom up*” anziché il “*top down*” nei rapporti di filiera? Perché il “made in Italy” non è altrettanto vincente nei lavori quanto lo è nelle forniture (e soprattutto nei complementi di arredo)?

(A.N. – 13.6.2019)