

LA CRISI C'È E SI SENTE



Il magazzino del prodotto finito di Astra Vernici. Nella foto Gianfranco Oberti, amministratore unico dell'azienda.

Parla chiaro e lancia l'allarme **Gianfranco Oberti**, amministratore unico di **Astra Vernici**, azienda di Azzano San Paolo, Bergamo. I prodotti vernicianti per il legno sono il suo campo di specializzazione, con la produzione di poliuretanic e altri prodotti a base solvente, poliesteri e acrilici non ingiallenti. E ancora: i prodotti a base acqua per esterni e interni, la linea Uv "solvent free" o a base acqua, le vernici per parquet e quelle a base nitrocellulosica, melaminici e precatalizzati, i prodotti per la colorazione del legno (come le innovative tinte a base acqua lanciate recentemente) e gli effetti speciali (dalle patine anticanti all'effetto metallizzato e madreperlato, eccetera), fino a collanti a base acqua, additivi e diluenti, prodotti abrasivo-lucidanti, il sistema tintometrico completo e prodotti complementari. Un panorama abbastanza variegato per poter tastare il polso al mercato. E capire che, al mobile "made in Italy", serve una scossa che risollevi l'intera filiera, pena il declino. "Quello scorso è stato probabilmente il peggior mese di settembre per il settore degli ultimi 15 anni - dice Oberti - non è certo un buon segnale. E se guardiamo al mobile vediamo quasi un regresso per i prodotti all'acqua per interni, mentre tengono i lucidi spazzolabili, soprattutto i poliesteri, ma si tratta

canza di reazione alla crisi: "Oggi si sta sulla difensiva e non si cercano strade alternative, il leitmotiv è solo resistere. Al punto che si tende a tornare indietro rispetto alle innovazioni degli ultimi anni, con le sole richieste di prodotti vernicianti di basso prezzo non particolarmente performanti né ecologici. E quello che è peggio è che gli operatori del settore in questo particolare momento non vogliono neppure sentire parlare di innovazione, il settore è, salvo rare eccezioni, piatto".

Un quadro che denuncia una preoccupante mancanza di volontà nello sviluppo di nuove tendenze di prodotto, le cui ricadute potrebbero essere visibili (e pesanti) nei prossimi anni; anche a

pur sempre di una nicchia di mercato". Non ha mezzi termini. "Il mercato è depresso, le vernici sono un elemento della filiera del mobile e ne seguono l'andamento", il guaio è la man-

crisi dietro le spalle. "È difficile dire oggi dove il comparto del mobile e dell'arredamento sarà in grado di posizionarsi nel futuro. In ogni caso per tutti noi operatori di filiera sarà vitale la riapertura di mercati strategici come la Russia e il Medio Oriente, ancora più di quello degli Stati Uniti". Tenere il passo del mercato vuol dire mantenere la leadership anche a fronte della concorrenza aggressiva dei Paesi emergenti; solo con prodotti innovativi è possibile, per Oberti, conservare la competitività. "Se si continua a sacrificare la qualità, precipiteremo in un mercato già saturo di operatori dove la concorrenza è particolarmente forte e il nostro sistema Paese non può competere". Per capire come funziona il mercato basta guardare al settore delle porte interne: oggi il "laminatino" vende ancora bene, la fascia alta e del lusso tiene il passo, ma la fascia intermedia è quasi scomparsa. "Un male estremo per noi - prosegue Oberti - che, a differenza di altre nazioni, non siamo autosufficienti per il reperimento della materia prima legno e abbiamo costi di manodopera ed energia molto più alti con infrastrutture assolutamente carenti, mentre all'opposto dovremmo tornare a valorizzare il "made in Italy" e il suo valore aggiunto".



I serbatoi di produzione dello stabilimento Astra Vernici.