

Fare squadra: il caso Glass6Group

Nell'aprile 2009 sei vetrerie: Mornaglass, Predari Vetri, Vetreria Flli Guidi, Vetreria Pescini, Vetreria Romagna e Vetreria Valfon hanno deciso di affrontare insieme le sfide poste dal mercato per i prossimi anni. Si sono, quindi, unite costituendo Glass6Group che si è potuto presentare come il più forte polo italiano nella produzione di vetro e vetrate in linea con i requisiti posti dalla legislazione vigente in materia di isolamento termico, isolamento acustico e di sicurezza. «*Abbiamo voluto costituire il gruppo – afferma il presidente **Valter Cantaluppi** – perché riteniamo che nei prossimi anni il mercato residenziale, come stiamo già notando, sarà in netto calo, mentre avrà grande sviluppo la cantieristica, anche grazie ai grandi cantieri programmati per Expo 2015. Il nostro gruppo oggi produce 650 mila metri quadrati di vetrate isolanti, ma analizzando gli impianti delle singole vetrerie vediamo che le potenzialità sono di un milione di metri quadrati. A questo punto siamo in grado di soddisfare richieste di elevate quantità di vetro senza alcuna necessità di modificare i nostri impianti e le nostre strutture.*

Le sei aziende hanno mantenuto, comunque, la propria individualità, il proprio mercato e le proprie coperture di costi, mentre per la gestione dei cantieri si fa riferimento alle due figure una tecnica e una tecnico-commerciale create ad hoc, ma non è detto che tutte le aziende concorrano ad evadere la stessa commessa perché in base alla quantità di vetro richiesta possono concorrere tutte o solo qualcuna. Glass 6 si presenta al mercato della cantieristica non solo con il suo supporto tecnico, ma anche con la capacità di soddisfare richieste di vetro fotovoltaico, destinate ad aumentare nei prossimi anni, avendo creato una partnership con un'azienda specializzata nel settore.

«*L'innovazione è un nostro preciso obiettivo – conclude Cantaluppi –. Abbiamo già presentato prodotti innovativi realizzati e distribuiti all'interno del gruppo come, ad esempio, il vetro a cristalli liquidi, ma in futuro ce ne saranno altri perché abbiamo intense attività R&S finalizzate a offrire al mercato prodotti nuovi o poco conosciuti che non si sa dove reperire.*

*sequenza meno spostamenti e interventi ci sono maggiori sono le probabilità che non evidenzino imperfezioni». Quello delle possibili imperfezioni del vetro è una questione particolarmente sentita dalle vetrerie e dal serramentista perché "fonte" di discussioni e di possibili controversie con il consumatore finale. «*Quanto più sono importanti le prestazioni, tanto più numerose sono le lavorazioni cui viene sottoposto il vetro che perciò potrebbe non avere la perfezione estetica che il cliente finale si aspetta – sottolinea Lorenzo Romanenghi**



Sergio Cosano
di For.El.



La produzione dei pannelli di vetro isolante è altamente automatizzata per rispondere all'esigenza di una produzione oraria/giornaliera elevata. Sono automatizzate tutte le fasi della lavorazione compresa l'applicazione automatica dei distanziatori (immagine cortesia For.El Spa)

– *Lavorare vetri molto performanti è estremamente difficile ed è praticamente impossibile evitare qualche piccola imperfezione. Bisogna, quindi, impegnarsi per far arrivare questo messaggio all'utente finale. Il serramentista è molto attento alla qualità estetica del vetro perché si trova a dover gestire le richieste del consumatore che vanno in questo senso, ma in primis egli deve cercare di rendersi conto che non sempre prestazioni e perfezione estetica sono peculiarità conciliabili.*

NODI DA SCIogliere

Il prodotto vetro si è fortemente evoluto. Si è evoluta la domanda, il mercato è indubbiamente cresciuto e molto cambiato, altrettanto indubbio che trainati da cultura e abitudini declinate al passato continuano ad esserci pure diversi "nodi" ancora da sciogliere nei rapporti tra serramentisti e vetrerie. Passi avanti ce ne sono stati ma, probabilmente, l'abitudine a fare ancora riferimento al solo prezzo rischia di minare il consolidamento di quel rapporto di condivisa partnership di cui certo beneficerebbe tutta la filiera. «*Sono ancora molti i serramentisti a dover iniziare a considerare partner i propri fornitori perché insieme si deve raggiungere il risultato, ovvero offrire al mercato il prodotto migliore per lo scopo cui è destinato – ribadisce Lorenzo Romanenghi – Con il vetro, la vetreria offre gli strumenti per realizzare un risultato valido che il serramentista, però, deve fare proprio e considerare nella valutazione dell'offerta, senza guardare solo al prezzo, come spesso avviene oggi. C'è,*