

«Promozione acciaio Svizzera»

Offensiva di marketing nel settore dell'acciaio e del metallo svizzero

> Il potenziale di mercato per acciaio e metallo è ben lungi dall'essere esaurito. Per rafforzare la loro presenza rispetto agli altri materiali edili, l'Associazione svizzera del commercio dell'acciaio (ASCA), la Centrale svizzera per le costruzioni in acciaio (SZS) e l'Unione svizzera del metallo (USM) si sono unite per formare l'organizzazione congiunta «Promozione acciaio Svizzera». L'obiettivo principale è una campagna per il posizionamento dell'acciaio come materiali edili di prim'ordine a livello estetico, versatili a livello architettonico e sostenibili a livello ecologico.

La nuova organizzazione per il settore delle costruzioni in acciaio e in metallo in Svizzera si chiama «Promozione acciaio Svizzera». A questo proposito il 1° luglio 2009 i presidenti delle tre associazioni del commercio dell'acciaio, delle costruzioni in acciaio e delle metalcostruzioni hanno firmato una dichiarazione d'intenti. Grazie a questa presenza congiunta, il settore sarà percepito maggiormente dall'opinione pubblica; acquisirà un peso superiore all'interno degli organi tecnici e politici, infine sarà in grado di gestire l'intero mercato svizzero dei prodotti in acciaio. Una prima campagna punta sull'immagine delle costruzioni in acciaio e in metallo, poiché tali costruzioni rispondono al meglio sia ai requisiti di design eccellente, sia ai criteri di costruzioni durature e sostenibili. La campagna offre al settore argomentazioni convincenti e iniziative pubblicitarie.

Contributo solidale della «catena d'acciaio»

Questo miglioramento dell'immagine delle costruzioni in acciaio e in metallo andrà a beneficio di ogni anello della «catena d'acciaio». Pertanto l'intero settore è chiamato a contribuire al finanziamento di queste misure di marketing; ciò vale anche per le imprese che non sono collegate ad alcuna associazione. La raccolta dei contributi sarà effettuata dall'Associazione del commercio dell'acciaio, che fatturerà ai propri clienti del settore dell'acciaio e del metallo un contributo di solidarietà «Promozione acciaio Svizzera» di CHF 2.- per ogni tonnellata di prodotti in acciaio. Ciò equivale mediamente al due per mille sul prezzo d'acquisto. Tale contributo riguarda travi in acciaio, profilati, ampie superfici piane, acciaio mercantile e profili cavi.

I membri dell'ASCA offrono inoltre un contributo di CHF 0.30 per ogni tonnellata di profili venduti. Tutti i mezzi finanziari vengono devoluti a favore del fondo «Promozione acciaio Svizzera» tramite un ufficio di riscossione neutrale. Il contributo «Promozione acciaio Svizzera» sarà fatturato per la prima volta il 31 dicembre 2009 per il periodo dal 1° luglio 2009. La fatturazione effettuata dall'ASCA consente un contributo solidale dell'intera «catena d'acciaio».

L'iniziativa «Promozione acciaio Svizzera» consente al settore dell'acciaio e del metallo di ampliare attivamente i propri punti di forza sul mercato! In tal modo il settore potrà ottenere un significativo aumento di mercato grazie al posizionamento dell'acciaio e del metallo come materiali edili di prim'ordine a livello estetico e sostenibili a livello ecologico, ma anche grazie alla promozione di costruzioni durature. L'intero settore e ciascuna singola impresa otterranno vantaggi molto concreti da quest'iniziativa! Prossimamente presenteremo tutti i dettagli in merito alla campagna «Promozione acciaio Svizzera». ■

Nelle interviste seguenti i tre presidenti delle associazioni partecipanti presenteranno le idee fondamentali della «Promozione acciaio Svizzera».

Promozione acciaio Svizzera I vantaggi per l'intero settore

- > Aumento della domanda di metallo e acciaio per il settore delle costruzioni
- > Discussione sui possibili vantaggi architettonici e di qualità del design di acciaio e metallo
- > Il metallo e l'acciaio sono accettati dai responsabili del processo decisionale come materiali edili sostenibili per l'ambiente
- > Aumento del valore delle prestazioni fornite dal settore
- > Elevata attrazione del settore per nuove leve qualificate

Un marchio forte con messaggi chiari

Che posto occupa attualmente il settore e qual è l'obiettivo dell'intera azione?
Stefan Hirt, USM: Il nostro obiettivo è il posizionamento dell'acciaio e del metallo come materiali edili di prim'ordine a livello estetico, versatili a livello architettonico e sostenibili a livello ecologico, per conferire credibilità al nostro settore. Pertanto i nostri materiali edili ricevono un marchio e la dovuta credibilità. Finora non abbiamo ancora saputo presentarci come settore in quanto tale, né siamo riusciti ad esprimere al mercato la nostra responsabilità a favore della sostenibilità. Adesso questa situazione cambierà.

Hans Peter Wetter, SZS: Oggigiorno, quando si parla di edilizia ecologica, si pensa automaticamente al legno. Invece, anche l'acciaio e il metallo consentono di costruire in maniera altrettanto sostenibile. Le argomentazioni principali sono il riciclaggio, la lunga durata, la ridotta manutenzione e la flessibilità della metodologia edile. Il costruttore che pensa di essere vestito automaticamente di verde solo per aver realizzato una costruzione in legno si sbaglia! Architetti e costruttori devono sapere che i profili in acciaio sono realizzati da materiale riciclato e che possono essere riciclati ancora al 100%: ciò è sostenibile.

Roman Rogger ASCA: Finora il settore era senza volto. Ci manca un'immagine chiara, che possa essere percepita da tutti gli attori sul mercato. L'obiettivo dunque è il posizionamento del settore stimolato dalla promozione congiunta delle costruzioni in acciaio e in metallo. Ciò è vantaggioso anche per il commercio dell'acciaio. Noi tre forniamo una catena di valore aggiunto, che può trarre profitto da tale immagine. Ecco il motivo per cui sosteniamo questa iniziativa.

Quale potrebbe essere l'effettivo vantaggio di mercato per il settore?

Roman Rogger, ASCA: L'obiettivo è l'aumento della percentuale di costruzioni in acciaio e in metallo sul volume complessivo, il che implica un incremento delle vendite a favore del commercio dell'acciaio. Naturalmente non ci aspettiamo che ciò avvenga dalla sera alla mattina. Tuttavia, se riusciamo ad ottenere un utile di mercato del 3% in cinque anni, potremo dire di essere sulla buona strada.

Hans Peter Wetter, SZS: Nella costruzione industriale e di piani potremmo ottenere teoricamente una quota di mercato dell'80% come in Inghilterra. Attualmente è pari al 20% circa. Pertanto il potenziale delle costruzioni in acciaio e metallo è enorme. E laddove si usa più ac-

ciaio per l'edilizia, ne traggono vantaggio anche le metalcostruzioni. Ciascuna costruzione in acciaio viene dotata infatti anche di facciate in metallo, porte e scale in vetro e metallo. Ad esempio, in collaborazione con il Politecnico Federale, stiamo sviluppando il nuovo sistema integrato Topfloor-Integral. per la costruzione in Ticino di lussuosi appartamenti in edifici di 7 e 8 piani. E non si è mai presentata la questione: l'edificio avrà una facciata in vetro e metallo, conforme agli standard di Minergie, perché le costruzioni in acciaio e le costruzioni in metallo stanno sempre insieme. Per questo motivo è altrettanto importante che stiamo sempre insieme anche come settore.

Stefan Hirt, USM: Anche noi vediamo un grande potenziale per le metalcostruzioni. Già oggi le costruzioni in metallo e vetro incontrano il gusto dell'architettura moderna. Nella protezione antincendio le costruzioni in metallo sono conformi alle massime esigenze. Inoltre, l'acciaio e il metallo sono perfetti per il design e lo stile hightech. Se queste qualità vengono riconosciute assieme all'argomentazione della sostenibilità ecologica, è possibile prevedere un grande incremento del mercato. Grazie al marchio di qualità ecologica possiamo affrontare le costruzioni in legno ad armi pari. Oggigiorno la responsabilità ecologica nelle costruzioni è una sfida sociale. Il settore delle costruzioni in acciaio e metallo deve rispondere a questa esigenza e informare la propria clientela.

Una priorità della campagna è anche il posizionamento del settore e del materiale da costruzione come vettori di qualità estetica e responsabilità ecologica. Come potrebbe essere attuata la campagna in termini concreti?

Hans Peter Wetter, SZS: Il nostro settore deve percepire innanzitutto che lavoriamo con materiali versatili, esteticamente validi e sostenibili per l'ambiente. Occorre che ciascun collaboratore di un'azienda del settore dell'acciaio o del metallo si identifichi in quest'immagine. A questo scopo deve conoscere le argomentazioni e saperle sostenere di fronte alla clientela. Lo stesso settore attua la campagna in modo pratico. Ogni camion, ogni facciata dell'azienda e tutti i cantieri devono esporre cartelloni con questo messaggio. Al tempo stesso informeremo adeguatamente l'opinione pubblica mediante la stampa e pubblicando articoli specialistici. Anche le scuole superiori e gli architetti devono ricevere le medesime spiegazioni. L'acciaio per costruzioni non è dannoso per l'ambiente, anzi è praticamente una «materia prima rinnovabile» grazie al continuo accumulo di elet-

trodomestici ed automobili destinati alla rottamazione.

La campagna deve essere perseguita e finanziata dall'intero settore. Come funziona e quali vantaggi concreti ricevono i membri del settore?

Stefan Hirt, USM: Mi auguro che la promozione conferisca una maggiore identità alle costruzioni in acciaio e metallo. Non si tratta esclusivamente di quote di mercato, ma anche di una nuova consapevolezza di sé. Si tratta di una campagna a tappeto che mira a dare un'identità più forte all'intero settore. Nelle singole aziende cambierà anche il modo di pensare, per la prima volta si parlerà di un unico settore completo: era questo che finora mancava.

Roman Rogger, ASCA: Grazie alla promozione dell'acciaio abbiamo l'opportunità di delineare un nuovo profilo per il settore. Le imprese operative nel commercio dell'acciaio e degli elettrodomestici sono ancora poco conosciute per le loro attività e prestazioni. Grazie a questa iniziativa di promozione, il commercio dell'acciaio riceve un maggior riconoscimento da parte dell'opinione pubblica, quale importante anello della catena e riceve anche voce in capitolo in merito all'utilizzo del mezzo. Poiché ci impegniamo per costruire con materiali sostenibili e di prima categoria, ciò rafforza la nostra immagine, stimolando infine le vendite.

Signor Wetter, la Centrale svizzera per le costruzioni in acciaio è già molto forte nella promozione dell'acciaio come materiale da costruzione. Quali vantaggi concreti ricevono i suoi membri dalla promozione dell'acciaio in Svizzera?

Hans Peter Wetter, SZS: Il vantaggio per i nostri membri è l'ampio sostegno della campagna. La campagna ha un effetto vasto e potente grazie alla partecipazione del settore delle metalcostruzioni e del commercio dell'acciaio. L'identificazione con il settore costituisce una motivazione forte soprattutto per i nostri apprendisti. Possono andare fieri del fatto che l'acciaio è una materia prima ecologica e di elevata qualità, pertanto fanno parte di un settore innovativo, solido e responsabile.

Da decenni il settore del legno investe ingenti somme nella promozione... e con successo! Che tipo di investimenti saranno effettuati nella promozione dell'acciaio?

Stefan Hirt, USM: I vantaggi della campagna andranno a beneficio dell'intero settore delle costruzioni in metallo e in acciaio. Pertanto la campagna deve essere



Il settore dell'acciaio e del metallo passa all'offensiva. I presidenti delle associazioni partecipanti parlano nell'intervista di ciò che si aspettano dalla campagna congiunta: (da sx a dx) Roman Rogger, presidente dell'ASCA (Associazione svizzera del commercio dell'acciaio e della tecnica edile), Hans Peter Wetter, presidente della SZS (Centrale svizzera per le costruzioni in acciaio), Stefan Hirt, presidente della divisione metalcostruzioni USM (Unione svizzera del metallo)

finanziata in maniera solidale dall'intero settore. A questo scopo abbiamo deciso di attuare una raccolta di fondi ad opera del commercio dell'acciaio, al fine di coinvolgere tutte le imprese nel settore delle costruzioni in acciaio e in metallo. I contributi devono provenire dalle vendite. Non sappiamo ancora se ci saranno ulteriori finanziamenti da fonti esterne. Tuttavia, siamo decisi a sostenere al massimo questa campagna.

Hans Peter Wetter, SZS: L'esempio del modello di finanziamento adottato è proprio il settore del legno, che già da molti anni finanzia i contributi per la promozione in base ai metri cubi di legno venduto. Nel nostro settore saranno ovviamente le grandi imprese siderurgiche a dare il maggior contributo alla promozione, poiché sono anche quelle che acquistano le maggiori quantità di acciaio. Ma poiché la raccolta dei contributi avviene ad opera del commercio dell'acciaio, saranno raggiunte anche le imprese che non fanno parte di nessuna associazione; e contribuiranno infine anche le numerose piccole imprese nelle metalcostruzioni. È chiaro a tutti noi che la situazione può essere migliorata solamente con ingenti contributi. Per una campagna di successo occorrono almeno un milione di franchi l'anno. Sono convinto che riusciremo a raccogliere tale somma.

Signor Rogger, come intende sostenere la campagna?

Roman Rogger, ASCA: Personalmente sosteniamo la promozione dell'acciaio in Svizzera con un contributo per ogni tonnellata di acciaio venduto, corrispondente circa alla nostra quota di valore aggiunto. A noi interessa anche ottenere voce in capitolo da questa iniziativa e entrare a far parte di un grande settore unico. I nostri clienti nelle costruzioni in acciaio e in metallo fatturano un contributo pro-

mozione di 2 franchi per ogni tonnellata di acciaio, che viene devoluto direttamente alla campagna. Tuttavia, ciascun cliente riceve anche il materiale pubblicitario per la campagna, in modo da poter trarre vantaggi immediati.

In che tempi dovrebbe svolgersi la campagna prevista?

Hans Peter Wetter, SZS: La campagna immagine dovrebbe durare almeno cinque anni. Al contempo dobbiamo agire sulle norme e sugli strumenti di progettazione, come ad esempio Eco-Devis, uno strumento per il bilancio ecologico, in cui l'acciaio e il metallo sono stati rappresentati finora con valori sfavorevoli. Dobbiamo fare in modo che le nuove conoscenze siano attuate nella pratica. In altre parole, occorrono nuovi strumenti di pianificazione, offerte di corsi di formazione continua e un ufficio di consulenza. Nel lungo periodo si intende sostenere in modo completo il settore delle costruzioni in acciaio e metallo in Svizzera, garantendo così i requisiti della nostra esistenza. Tra le altre cose

occorre creare centri di competenza nelle costruzioni in metallo, acciaio e di facciate presso le scuole universitarie professionali e le università, al fine di salvaguardare la nostra metodologia di costruzione e assicurare nuovo personale qualificato per le nostre aziende.

Stefan Hirt, USM: Mi associo. Il nostro obiettivo a breve termine consiste innanzitutto nel creare una base solida per il finanziamento, stabilire gli obiettivi in modo chiaro e attuare un marchio efficace. Tutto ciò dovrebbe essere fattibile entro l'anno. Poi occorrerà garantire alla campagna un sostegno a tappeto. È importante che tutti i partecipanti del settore dell'acciaio e del metallo siano uniti per creare un'immagine comune. Siamo disponibili ad accogliere anche altre associazioni del settore, come ad esempio quella del commercio di rottami, poiché tutte le imprese che lavorano con l'acciaio traggono vantaggio da questa campagna. La Promozione acciaio Svizzera costituisce il calcio d'inizio. ■

«Promozione acciaio Svizzera» è una nuova organizzazione, formata dall'Associazione svizzera del commercio dell'acciaio (ASCA), dalla Centrale svizzera per le costruzioni in acciaio (SZS) e dall'Unione svizzera del metallo (USM). Nel quadro di una campagna d'immagine, si intende favorire il posizionamento di lungo periodo dell'acciaio e del metallo come materiali edili di prim'ordine a livello estetico, versatili a livello architettonico e sostenibili a livello ecologico. L'obiettivo è raggiungere un budget annuale di CHF 1 milione. L'iniziativa sarà finanziata da un contributo di solidarietà della «catena d'acciaio». L'intero settore è chiamato a contribuire: anche le imprese che non sono collegate ad alcuna associazione. La raccolta dei contributi sarà effettuata dall'Associazione del commercio dell'acciaio, che fatturerà a propri clienti del settore dell'acciaio e del metallo un contributo di solidarietà «Promozione acciaio Svizzera» di CHF 2.- per ogni tonnellata di prodotti in acciaio. I membri dell'ASCA offrono inoltre un contributo di CHF 0.30 per ogni tonnellata di acciaio venduto. Tutti i mezzi finanziari vengono devoluti a favore del fondo «Promozione acciaio Svizzera» tramite un ufficio di riscossione neutrale. Il contributo «Promozione acciaio Svizzera» sarà fatturato per la prima volta il 31 dicembre 2009 per il periodo dal 1° luglio 2009. Ulteriori informazioni: www.szs.ch, www.smu.ch, www.sshv.ch.