



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

Comunicati stampa & News

21/12/2010 - CasaClima: effetti diretti e indiretti per l'Alto Adige

Oggi l'efficienza energetica è diventata per la popolazione in Italia un fattore determinante da valutare nella costruzione o nell'acquisto di un'abitazione. In Alto Adige il marchio "CasaClima" è diventato il sistema di certificazione per costruzioni energeticamente efficienti e sostenibili e sta conquistando sempre di più anche il mercato italiano, ora molto conteso. Per questo motivo è necessario intraprendere maggiori attività di marketing e rafforzare la rete CasaClima (Agenzia, Partner, consulenti e intermediari), grazie a continue nuove idee e innovazioni, adattando anche l'organizzazione per porre le basi per il futuro e ottenere e mantenere la leadership sul mercato italiano.

L'IRE – Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano ha realizzato per la prima volta una valutazione approfondita della posizione attuale del marchio "CasaClima", effettuando un sondaggio tra i 95 Partner CasaClima in Alto Adige e fuori provincia, nonché un'indagine a campione presso la popolazione italiana (1.000 persone) e 800 "intermediari" (architetti, ingegneri, agenti immobiliari, ecc.) di tutta Italia.

Il marchio CasaClima è diventato ormai lo standard per costruzioni ad alta efficienza energetica in Alto Adige, fornendo così un impulso determinante all'edilizia locale: dal 2002 ad oggi sono stati certificati oltre 2.700 nuovi edifici e 1.500 edifici risanati, realizzando nel settore dell'edilizia un ulteriore valore aggiunto annuo di ben 65 milioni di euro. Ci sono ancora enormi potenzialità se si considera che tre quarti degli edifici in Alto Adige hanno più di 25 anni e che necessitano quindi di un risanamento energetico. Fiere e corsi CasaClima hanno portato fino ad oggi in Alto Adige altri 16,3 milioni di euro di potere d'acquisto esterno. Infine, CasaClima ha un vasto effetto mediatico grazie alle 4,8 citazioni al giorno sulla stampa nazionale e in Internet.

Il marchio CasaClima si posiziona molto bene sul mercato italiano: in Italia, un adulto su dieci ha già sentito parlare una volta di CasaClima. Si registrano però grossi divari tra Nord e Sud, con il 27 per cento nel Nordest e appena il 2,6 per cento al Sud. Per gli ingegneri edili, gli architetti e gli agenti immobiliari italiani, che sono intermediari importanti, CasaClima è la certificazione più conosciuta e più apprezzata. Le caratteristiche vincenti del marchio CasaClima sono grande fiducia, serietà e affidabilità. In alcune regioni, marchi più o meno competitivi – come ad esempio LEED – sono però più consolidati e presenti di CasaClima.

Per rafforzare e ampliare la posizione leader di CasaClima in Italia bisogna affrontare per tempo alcune sfide. Ad esempio, è sempre molto importante assicurare la qualità dei materiali di costruzione e delle realizzazioni. Inoltre va tutelata e aumentata l'indipendenza attraverso seri controlli da parte di certificatori (sempre più) qualificati. Non per ultimo occorrono maggiori attività di marketing su tutto il territorio italiano: una strategia differenziata tra Nord e Sud potrebbe soddisfare meglio i vari fabbisogni (riscaldamento, raffreddamento). Una grande sfida sarà in ogni caso differenziarsi ancora più nettamente dalla concorrenza rispetto al passato, sia nei contenuti che nelle strategie. Inoltre è necessario allargare ulteriormente la rete locale composta da Partner CasaClima, consulenti locali e contatti con gli istituti di ricerca. Rete significa che tutti gli attori coinvolti contribuiscono ad esempio a portare avanti un processo continuo di innovazione e sviluppare così ulteriormente il marchio CasaClima – un presupposto imprescindibile per mantenere anche in futuro la posizione leader in Italia.

Prese di posizione:

Il Presidente della Camera di commercio Michl Ebner si mostra soddisfatto degli effetti positivi di CasaClima sull'immagine dell'Alto Adige e ritiene che sia compito della Camera di commercio individuare il potenziale futuro per l'economia altoatesina.

L'Assessore Thomas Widmann è convinto della notevole importanza economica di CasaClima per l'Alto Adige e vede nel settore delle energie rinnovabili una grande opportunità per lo sviluppo dell'economia altoatesina.

L'Assessore Michl Laimer mette in evidenza che, oltre agli effetti economici, il progetto CasaClima ha portato con sé anche delle innovazioni e degli effetti positivi sull'ambiente grazie al modo di costruire ecosostenibile.

L'Assessore Hans Berger sottolinea che CasaClima ha significativamente contribuito a migliorare ulteriormente l'immagine delle imprese altoatesine dal punto di vista della qualità.

