

settore multiservizi, quante opportunità!

di Simone Finotti

Un'articolata indagine dell'Unione Industriale di Torino ha fotografato il settore "multiservizi", con tante conferme e non poche sorprese. Ne emerge un comparto che vuole crescere e che ha ancora molta fiducia in se stesso.

Una forchetta che si allarga sempre più: con questa immagine si può rappresentare il trend del settore "multiservizi" negli ultimi anni. Un comparto in cui i più grandi, almeno per la maggioranza, continuano a crescere, mentre i più piccoli continuano a faticare. E' quanto emerge dall'indagine sul settore Multiservizi presentata dall'Ufficio Studi Economici dell'Unione Industriale di Torino lo scorso 28 ottobre, nell'ambito di una giornata dedicata alle nuove opportunità per le imprese multiservizi. Un settore che, come è stato ribadito, ha conosciuto nell'ultimo quindicennio un notevole ampliamento dell'offerta merceologica: non più la sola pulizia e manutenzione, dunque, ma una pluralità di servizi ricompresa e prevista dal CCNL di categoria, che dal 2001 ha assunto per questo il nome di "Multiservizi". Questo è storia nota. Ma come sta andando adesso?

Un settore con molte prospettive

Iniziamo col dire che si tratta di un settore dall'enorme potenziale: "Ad oggi - ha ricordato il presidente del Gruppo SAI Servizi Ambientali Integrati dell'Unione Industriali di Torino, **Umberto Diamante** - circa il 50-60% del mercato è già gestito da operatori in outsourcing. E se tutti externalizzassero, si potrebbe raggiungere un fatturato potenziale di 135 miliardi di euro". Si tratta, è chiaro, di uno scenario

idilliaco, ma vale a dare la dimensione del mercato. Le imprese coinvolte sono circa 23mila, per un totale di circa 500mila addetti nel solo settore dei servizi generali. Fra le imprese, se ne contano circa 3mila più strutturate, tra società cooperative e società di capitale, che gestiscono l'80% del mercato. Il restante 20% della torta se lo spartiscono circa 20mila società di dimensioni più piccole e meno strutturate.

L'indagine

Questi i numeri complessivi: l'Ufficio Studi dell'Unione Industriale Torino, su queste basi, ha svolto un'indagine a campione rappresentativa delle realtà più significative del comparto non solo a livello regionale, ma con una valenza nazionale. Le imprese prese in esame occupano complessivamente 28.700 dipendenti a tempo indeterminato, a cui vanno aggiunti 1.400 inquadri in altre forme contrattuali. Si parla dunque di oltre 30mila dipendenti, senza dubbio un numero significativo.

Prevalgono le Srl

Partiamo dalla forma giuridica: prevale nettamente la Società a Responsabilità Limitata, con il 50% delle registrazioni presso la Camera di Commercio. A seguire, entrambe con il 22,7%, Spa e Cooperative, quindi staccatissime Sas e Snc (2,3%). Per ciò che concerne il fatturato 2013, oltre due terzi delle aziende si concentrano nella fascia più piccola (meno di un milione) e nella più grande (oltre 10 milioni): per entrambe le categorie si sfiora il 35% (34,9). Due sono le imprese che superano i 100 milioni di fatturato. Il restante terzo delle aziende del settore fattura tra il milione e i 10 milioni, con netta prevalenza delle medio-piccole (il 18,6% da 1 a 3 milioni).

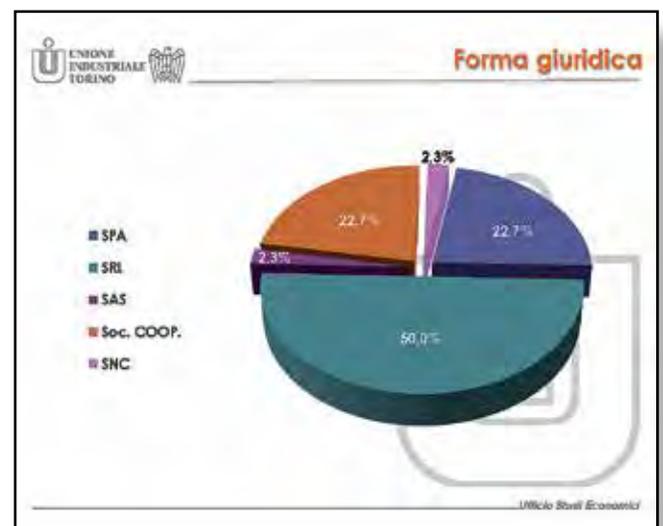
Le stime

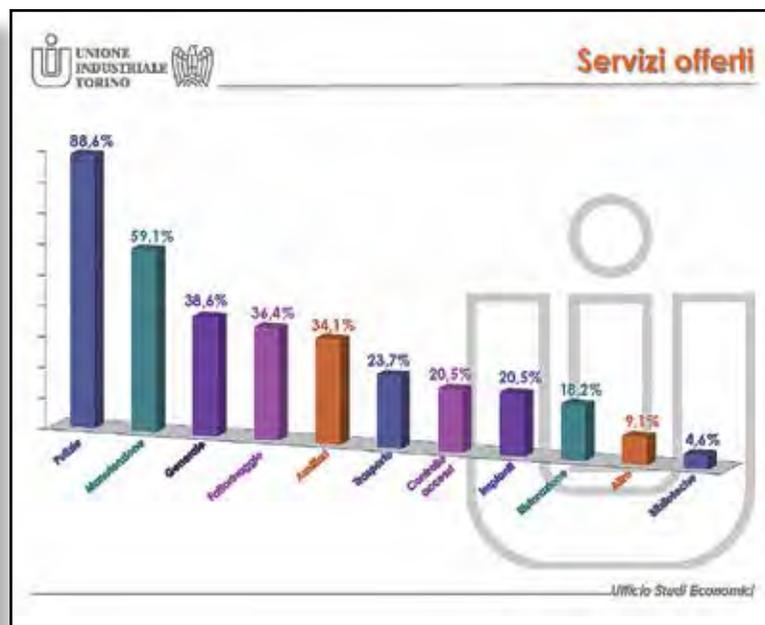
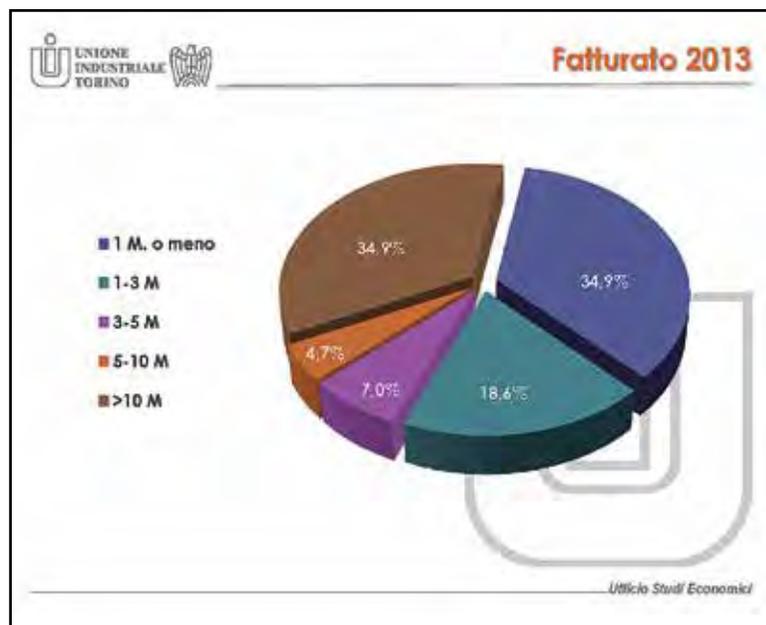
Di particolare interesse si rivela la stima per il 2014, raffrontata all'andamento degli ultimi 3-4 anni. Complessivamente si riscontra un andamento moderatamente positivo: negli ultimi 3 anni metà delle aziende ha continuato a crescere, mentre il 35% ha subito una flessione. Nell'anno corrente, il 43% delle ditte prevede un incremento, un altro 39% ritiene sullo stesso livello del 2013 e solo il 16% attende una diminuzione del fatturato. Più ottimiste le più grandi. Infatti sono le imprese di maggiori dimensioni a esprimere le valutazioni più favorevoli, sia per ciò che riguarda gli anni passati, sia per l'anno in corso. E sono anche le più propense agli investimenti: le imprese con più di 10 milioni di fatturato sono le più dinamiche nell'assunzione di nuovo personale e nella spesa per macchine, prodotti e sistemi all'avanguardia.

Dalle certificazioni ai servizi offerti

Passando alle certificazioni, si vede come alcune siano ormai un "must": la Iso 9001, che solo una decina di anni fa era ancora piuttosto rara, oggi è una realtà per 2/3 del

23
GSA
NOVEMBRE
2014





24
GSA
NOVEMBRE
2014

le imprese (65,9%). Il 50% è anche attenta all'ambiente, con la Iso 14001, e anche la Ohsas 18001, con un ottimo 40%, sta facendo grossi balzi in avanti. Seguono SA 8000, certificazione di responsabilità sociale di impresa ed etica, e le altre. Circa il 40% delle aziende ha almeno 3 certificazioni. Abbiamo detto che ormai i servizi offerti sono sempre più vari. Cerchiamo di capire perché: oltre alle pulizie (88,6% delle imprese) e alla manutenzione (59,1%), avanzano i servizi "generali" (centralino, fattorinaggio, copisteria, distribuzione posta, ecc.), con il 38,6%, e gli ausiliari (museali, fieristici, congressuali, ecc.), con il 34,1%. Ma ci sono anche trasporto, controllo accessi, impianti, ristorazione, servizi bibliotecari e altro: in generale si può dire che la maggior parte delle imprese sentite offre un ventaglio di servizi molto ampio: prevale insomma il modello "multiservice".

Poco estero, molto locale e nazionale

Dal punto di vista dei mercati di riferimento (per area geografica), c'è ancora molto

poco estero. A differenza di quanto fanno i fabbricanti italiani, molti dei quali ormai sviluppano all'estero gran parte del proprio business, solo il 4,5% delle imprese considerate vanno all'estero, mentre il restante 95,5% opera a livello locale (43,2) e nazionale (52,3). Se invece ci spostiamo a indagare i mercati per tipologia di clientela, risulta evidente l'importanza della Pubblica Amministrazione, declinata nei suoi vari settori: scuola (59,1%), enti locali (52,3%), sanità (36,4%), e altri segmenti della PA (camere commercio, ministeri, pubblica sicurezza, ecc., per un totale del 38,6%). Nel privato, prevale il commercio (64%), poi i servizi (52,3%) e i comparti industriali: auto motive (22,7%), manifatturiero (50%), costruzioni (15,9%), utilities (27,3%). Poco diffuso, anche se non del tutto assente, il modello "monocliente", a favore di una certa multisettorialità. Dati confortati dall'indagine sulla concentrazione della clientela, intesa come l'incidenza dei primi 3 clienti sul fatturato complessivo. A fronte di un 11,6% di aziende che dichiarano un'incidenza molto

elevata (oltre il 75% del fatturato sviluppato dai primi 3 clienti), per circa il 50% delle aziende i primi 3 clienti rappresentano meno del 50% del fatturato.

E' facile entrare nel mercato?

Domanda che forse non ci eravamo mai posti: quando parliamo del nostro mercato, parliamo di un settore in cui è facile entrare? All'Unione Industriale Torino se la sono posta, e la risposta fa riflettere: per quasi il 40% delle imprese entrare in questo mercato è facile, e per un altro 40% circa la facilità è media. Questo, se da un lato può essere incoraggiante (si tratta di un mercato aperto e non inaccessibile), dall'altro potrebbe agevolare un'impreditoria spuria, improvvisata e spesso irregolare. Le barriere all'ingresso lamentate dalle imprese sono perlopiù economico/finanziarie e normative. Il know-how non è considerato tra gli elementi-barriera per l'ingresso nel mercato se non da una minoranza di aziende (nemmeno il 12%).

Il costo della manodopera, ancora il più importante

Va da sé che, una volta entrati, i costi più importanti sono quelli relativi alla manodopera, e si sa: per il 34% delle aziende il costo del lavoro incide oltre l'80%, e per il 51% rappresenta tra il 50 e l'80% dei costi totali. In generale si può dire che il co-

II> Opportunità lavoro: un settore che assume ancora

In un momento di crisi del lavoro, fa bene ricordare che il settore dei servizi è tra quelli che assumono ancora, e tendono a farlo stabilmente: le aziende intervistate occupano 28.700 dipendenti a tempo indeterminato. Molto minore il ricorso ad altre forme contrattuali (1.400 lavoratori), a testimonianza della stabilità delle opportunità occupazionali offerte dal settore.

sto del lavoro incide più nelle piccole realtà che nelle grandi: in queste ultime ha più peso, relativamente parlando, il costo di materiali e attrezzature. Materiali e attrezzature, dal canto loro, pesano per la maggior parte delle imprese fino al 10%, ma per un'azienda su 40 arrivano ad incidere quasi 1/3. Un'altra voce importante è l'affitto degli immobili, che per un quinto delle imprese vale tra il 5 e il 10% del fatturato. A seguire, altrettanto significativi, costi gestionali e finanziari.

Rischi e opportunità

Qual è la percezione dei rischi da parte delle imprese? Su questo non ci sono molti dubbi: per il 70% delle imprese il rischio maggiore è quello della concorrenza scorretta, seguito a ruota (65%) dalle politiche di prezzo aggressive da parte della concorrenza. Spiccano anche, entrambi intorno al 50%, i ritardi nei pagamenti e i problemi di liquidità e di credito, mentre un buon 30% si preoccupa del calo della domanda e delle modifiche normative. L'affermarsi di nuovi concorrenti spaventa un quarto delle imprese. Meno sentita la preoccupazione per fattori di competitività, struttura e dinamica dei costi, innovazione.

Interessante il versante delle opportunità: il 52,5% si attende una crescita della domanda, mentre il 45% vede di buon occhio l'entrata in nuovi settori. Le modifiche degli

II > Concorrenza, prezzi, innovazione: cosa temono (e sperano) le imprese?

Dai dati dell'indagine si ricavano alcune preziose indicazioni sugli elementi di timore e di speranza per le imprese. Sui trend di mercato prevalgono le aspettative col segno più: le previsioni di una domanda in crescita e dell'ingresso in nuovi mercati battono di gran lunga i timori per un calo della domanda. Sulla concorrenza e sulle politiche di ribasso prevalgono invece le inquietudini: si teme una concorrenza scorretta che rovini il mercato a suon di prezzi stracciati. Le imprese, poi, non sembrano molto preoccupate di modifiche normative. Anzi, su questo versante ci si aspetta, seppur leggermente, maggiore tutela e valorizzazione della qualità. Unanimi i giudizi sull'innovazione, vista non come rischio ma come buona opportunità.

standard tecnici e normative, che spaventano qualche azienda, ne fanno sperare oltre un terzo, così come l'innovazione e la dinamica dei costi. D'altro lato solo il 15,4% vede come un'opportunità l'evoluzione dei fattori di competitività, e il 13,2% le politiche di prezzo più aggressive.

Strategie e urgenze a medio termine

Non resta ora che considerare le strategie e le prospettive di medio periodo. Quali strategie metterà in atto l'impresa nei prossimi 1-2 anni? Colpisce positivamente l'attenzione che si dà alla formazione del personale: oltre l'80% delle imprese ha intenzione di implementare una strategia in tal senso. Quasi il 57% adotterà invece strategie di recupero efficienza, e quasi il 45% vuole diversificare la clientela e/o l'offerta. Il 42% ha intenzione di lanciare nuo-

vi servizi, e il 34% di apportare modifiche all'organizzazione aziendale. Al contrario, il 31% vuole focalizzarsi sul core business, mentre quasi il 30 investirà in macchinari e attrezzature. Il 27,5% vuole ristrutturare il proprio credito e un buon 20% prevede di crescere dimensionalmente. Le strategie di marketing e di promozione interessano il 16,2% delle imprese, mentre il 10,5% vuole assumere altro personale (a fronte di un 7,5% che ha deciso di ridurre). Questo per quanto riguarda le imprese. E per ciò che concerne il sistema-Italia, cosa c'è da fare urgentemente? Al primo posto, in un questionario appositamente somministrato, c'è la lotta all'illegalità, seguita dalla riduzione dell'Irap. Un po' staccati, ma sempre centrali, sono normativa appalti e incentivi ad assumere. Chiudono la flessibilità contrattuale, gli incentivi agli investimenti e l'agevolazione del credito.

