



Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa



RAPPORTO SETTORIALE ITALIA

CARATTERISTICHE, VINCOLI ED OPPORTUNITA' DELLA PICCOLA IMPRESA NEL COMPARTO PULIZIE

Rapporto

5 giugno 2012



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

RINGRAZIAMENTI E RICONOSCIMENTI

La ricerca è stata commissionata da Confartigianato e CNA che si sono avvalse di Local Global sas per l'analisi e per la stesura del rapporto.

Le due Associazioni, oltre a commissionare la ricerca, hanno fattivamente contribuito alla costruzione della stessa.

In particolare si ringrazia il Consiglio Direttivo di Confartigianato (Ivan Bonvecchio, Luca Canderan, Marina Rolla, Ugo Armanetti, Stefano Rampazzo) e l'Ing. Daniela Scaccia che hanno dato importanti indirizzi alla ricerca. Stesso discorso vale per il gruppo di lavoro di CNA diretto da Mario Turco, responsabile nazionale per i servizi alla comunità.

In realtà la ricerca non avrebbe potuto essere realizzata senza il fattivo coinvolgimento e le testimonianze dirette degli imprenditori appartenenti alle due Associazioni e proprio il focus group tematico tenutosi a Roma nell'aprile 2012 ha rappresentato un momento decisivo per la raccolta di informazioni, esperienze e suggerimenti. Per CNA sono intervenuti Aldo Avosani, Renato Moro e Antonietta Campesato, mentre in rappresentanza di Confartigianato hanno presenziato Ugo Armanetti e Stefano Rampazzo.

Si ringraziano infine Lamberto Magnani di CNA Interpreta, Luca Moscardi, Maurizio Foglia e Marco Carletti di Sixtema spa per il supporto alla raccolta e sistematizzazione dei dati, e Francesco Gennarielli, per il suo contributo in termini di idee e progettualità per questo significativo comparto in cui operano migliaia di piccole imprese artigiane a livello nazionale.

Per quanto riguarda Local Global sas, Andrea Manuelli ha supervisionato la stesura del rapporto ed ha coordinato il gruppo di lavoro formato da Alessandro Borgioli, che ha predisposto la stesura dei capitoli 1 e 3, e da Alessio Monticelli che ha redatto il capitolo 2 e l'appendice.

Sommario

1. Introduzione	4
2. Il quadro di analisi	6
2.1. Dinamica recente della piccola impresa e dell'impresa artigiana nel settore.....	6
2.2. Il quadro di analisi a livello aziendale e settoriale	8
3. Sintesi e conclusioni.....	25
3.1 Aspetti significativi del settore e connotazione della piccola impresa.	25
3.2 Criticità.....	27
3.3 Punti di forza.....	30
3.4 Orientamenti e policy per la tutela della piccola impresa artigiana.....	32
3.5 Strategie ed interventi per sostenere e promuovere la piccola impresa di pulizie	33
Appendice	38

1. Introduzione

Il presente rapporto analizza il settore delle pulizie con un particolare focus sulla piccola impresa all'interno di questo comparto e sugli aggiustamenti necessari, in termini di policy specifiche, per contrastare la crisi e l'inviluppo che da alcuni anni contraddistinguono lo scenario prevalente. L'ottica dell'analisi è nazionale e la principale fonte di dati è fornita gli studi di settore (Sose-Agenzia delle Entrate), fonte relativa all'anno 2009 e comprendente i conti di quasi 20mila imprese, sia artigiane che non artigiane.

Il punto di partenza o la principale premessa dell'analisi è che i servizi di pulizia costituiscono un mercato con interessanti prospettive e dinamiche evolutive, nel quale la piccola impresa con le proprie caratteristiche tipiche di specializzazione, qualità/customizzazione del servizio e flessibilità rappresenta tuttora il principale attore di questo settore, anche se la crisi economica apertasi in Italia tra il 2007 e il 2008 ha colpito proprio questa tipologia di imprese. La crisi ha rappresentato un punto di svolta epocale per il settore, e questo ben al di là delle dinamiche recessive del sistema economico nel suo complesso, con un declino che si collega a importanti fattori specifici di settore e del contesto nazionale. Va infatti considerato che la 'cleaning industry' a livello europeo dal 1989 presentava un costante trend di crescita sia per il fatturato che per il numero di aziende e di lavoratori. Secondo i dati della Federazione Europea delle Imprese di Pulizia nel 2008 erano attive sul mercato oltre 158 mila imprese, che generavano un indotto superiore ai 62 miliardi di euro e impiegavano circa 3,75 milioni di persone, di cui il 75% circa di genere femminile. Un settore quindi in crescita, labour-intensive e con ottima capacità di generare occupazione, caratterizzato anche in altri paesi europei da un tessuto imprenditoriale di piccola e micro impresa che costituisce la forma aziendale più diffusa, pari a circa il 90% dell'universo delle imprese attive, e sostenuto infine da dei 'fondamentali' di crescita robusti e di lungo termine.

La crescita quasi ventennale del settore è stata sostenuta da un contesto favorevole alla penetrazione del mercato da parte delle imprese di pulizia, agevolate dalla diffusione di strategie di outsourcing dei servizi sia nel mondo produttivo, che nella Pubblica Amministrazione e nel comparto terziario.

Inoltre, negli anni la domanda di servizi di pulizia e igiene si è evoluta verso standard più alti, come dimostrano le procedure di certificazione di qualità europee e le regolamentazioni in merito.

Tutt'oggi input allo sviluppo del settore provengono sia dalla società civile sia dagli organismi comunitari: la prima reclama un crescente bisogno di pulizia negli ambienti di vita quotidiana, mentre la Commissione Europea ha più volte sottolineato l'importanza di garantire determinate condizioni di igiene sui luoghi di lavoro e nelle strutture pubbliche al fine di tutelare la sicurezza e la salute dei lavoratori, degli utenti e dei consumatori.

In questo senso, il tema della pulizia degli spazi di vita tende ad inserirsi nell'ambito delle politiche di prevenzione e salvaguardia della salute degli individui, e ad una considerazione più estesa di tutela dell'ambiente e degli immobili.

Il settore dei servizi di pulizia mantiene quindi una crescente importanza sia per le possibilità dei soggetti produttivi coinvolti di ampliare il proprio volume di fatturato (come dimostra la crescita ventennale precedente al 2008 e la capacità di reagire alla crisi meglio di altri settori) sia per il valore strategico del servizio in sé. Valore ancora più significativo quando oggetto della pulizia sono ambienti sensibili come scuole, mezzi pubblici e ospedali, in cui il rispetto di uno standard elevato è determinante per garantire la soddisfazione degli utenti.

Nel contesto italiano emergono però elementi di criticità sulle possibilità per le piccole imprese di affrontare l'attuale congiuntura economica sfavorevole, alla luce di distorsioni del mercato che creano condizioni discriminanti e rischi di marginalità per le imprese artigiane.

In Europa, e ancor più in Italia, le piccole imprese artigiane costituiscono un sistema produttivo diffuso che rappresenta un'imprescindibile fattore di sviluppo locale: esse devono essere sostenute non solo per il loro valore economico, ma anche per il loro valore sociale e culturale.

La piccola impresa artigiana infatti è per tradizione e storia uno dei principali attori del mercato dei servizi di pulizia. Le piccole realtà produttive sono depositarie di un saper fare professionale, di idee e di capacità innovative che riproducono ed elaborano continuamente; attingendo a queste risorse le imprese artigiane hanno saputo sviluppare un bagaglio di conoscenze flessibili che rappresentano il vero valore aggiunto dell'artigianato, e le rende in grado di rispondere alle domande dei clienti attraverso servizi personalizzati di elevata qualità.

La ricerca, condotta con la collaborazione di CNA e Confartigianato, vuole quindi stimolare una riflessione seria e costruttiva sulle prospettive del settore in Italia e sugli interventi necessari a riequilibrare un mercato in cui la piccola impresa artigiana è penalizzata da elementi strutturali e da un contesto normativo che accentuano gli effetti dell'attuale recessione economica complessiva.

La prima parte della ricerca, corrispondente al capitolo 2, è di natura conoscitiva, finalizzata a delineare le caratteristiche strutturali e i trend del settore, gli elementi tipici della piccola impresa artigiana che opera nei servizi di pulizia, il peso che le piccole realtà produttive hanno sul settore e il loro posizionamento.

La seconda parte della ricerca è invece orientata ad individuare possibili interventi, tenendo conto sia dei maggiori elementi di criticità e di minaccia che stanno determinando una progressiva marginalizzazione dal mercato della piccola impresa, sia dei relativi punti di forza che costituiscono ancora un forte valore aggiunto dell'impresa artigiana e che riteniamo prioritario salvaguardare attraverso policy adeguate di settore.

Gli interventi proposti potrebbero ridurre le distorsioni di un mercato squilibrato e progressivamente deregolato e/o mal regolato, tutelando le specificità dell'impresa artigiana ed eliminando quei fattori che discriminano le piccole realtà a vantaggio della grande impresa.

2. Il quadro di analisi

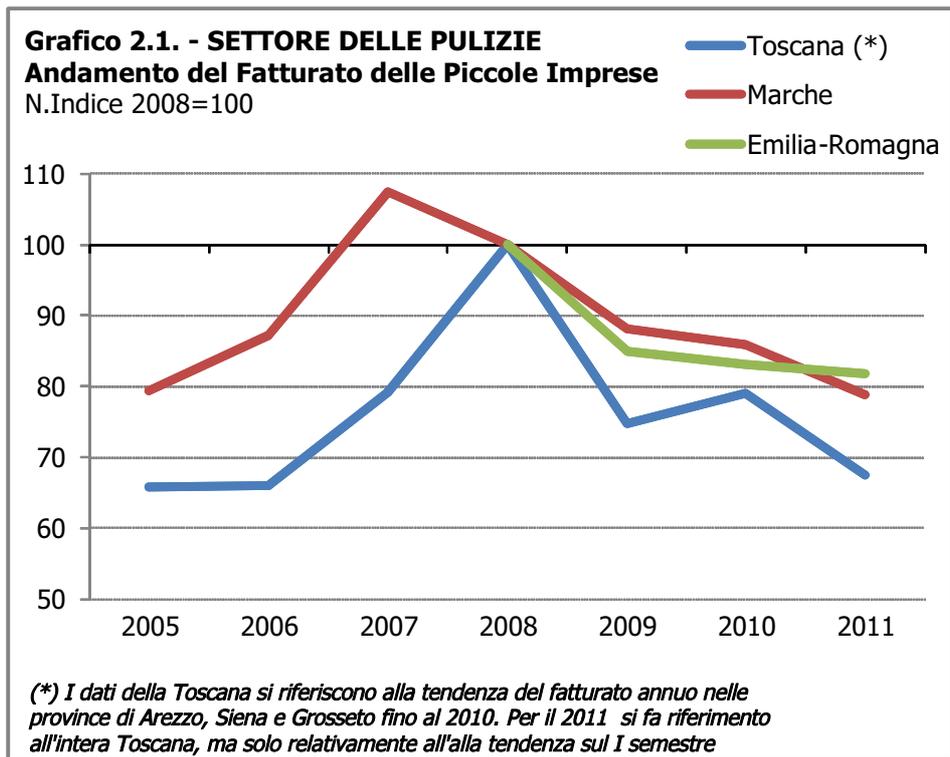
2.1. Dinamica recente della piccola impresa e dell'impresa artigiana nel settore

Come noto la rilevazione della congiuntura della piccola impresa e dell'impresa artigiana può contare su una quantità inferiore di fonti rispetto ad analoghi approfondimenti svolti sull'impresa medio-grande. Era però necessario avere una quantificazione delle perdite di valore e di fatturato denunciata da molte imprese artigiane e che ha colpito il settore negli ultimi anni.

A questo scopo si è fatta una ricognizione sui dati contabili (anonimi, non campionati e a valori correnti per gli anni 2005-2011) delle piccole imprese artigiane di pulizia operanti in tre importanti regioni del centro-nord Italia: Toscana, Emilia-Romagna e Marche (che si avvalgono dei servizi contabili e fiscali di CNA). Sebbene le informazioni disponibili non possano essere ritenute sufficienti a tratteggiare un quadro esaustivo della situazione a livello nazionale, occorre comunque sottolineare l'importanza e l'attendibilità dei dati contabili analizzati in questa sede. Rispetto alle consuete analisi congiunturali sulle aziende, sono stati presi in considerazione dati "reali" di contabilità riguardanti imprese che per la loro natura giuridica (nella maggioranza dei casi) non sarebbero neppure tenute al deposito del bilancio d'esercizio, fatta eccezione per la predisposizione dei consuntivi annuali ai fini fiscali.

Nello specifico il quadro congiunturale che emerge dall'osservazione del fatturato contabile delle imprese artigiane di pulizia mostra chiaramente l'impatto e l'entità della crisi. Infatti, dopo che il 2010 si era presentato come un anno interlocutorio fatto di lievi recuperi o semplici rallentamenti della caduta dei livelli medi dei ricavi aziendali, il 2011 segna un'ulteriore contrazione del fatturato di settore. Quindi, anche le informazioni tratte dai libri contabili delle piccole imprese di pulizia confermano il realizzarsi di una sorta di *double-dip* dell'economia¹. Inoltre, i ricavi delle imprese artigiane del settore sono fortemente influenzati dall'andamento della domanda interna (consumi della pubblica amministrazione e soprattutto consumi delle famiglie).

¹ L'economia nazionale, infatti, presenta ormai tutti i presupposti per l'inizio di una nuova fase recessiva: -1,9% la previsione relativa alla variazione del PIL del Fondo Monetario Internazionale ad aprile 2012: IMF, *Growth Resuming, Dangers Remain*, World Economic Outlook, aprile 2012. Stime peraltro sostanzialmente confermate dall'Istat: -1,5% la stima della crescita del PIL nel corso del 2012 (ISTAT, *Le prospettive per l'economia italiana nel 2012-2013*, "Previsioni", 22 maggio 2012). D'altro canto la conferma del critico passaggio congiunturale che sta attraversando la nostra economia è testimoniato anche dai dati relativi all'indicatore CoinCer (indicatore coincidente del ciclo economico), che si attesta in territorio negativo da settembre 2011 (-0,28 ad aprile 2012): CER (Centro Europa Ricerche), *Indicatore coincidente CoinCer*, 2 maggio 2012.



Elaborazioni su dati CNA (dati contabili delle imprese non campionati a valori correnti; 2012)

In particolare, le numerose difficoltà dal lato dei consumi interni non fanno che deprimere anche la domanda dei servizi economici più legati al profilo di spesa del consumatore finale (alle prese con l'erosione del proprio reddito reale). In questo senso il trend riscontrabile sul fatturato del settore-pulizie è coerente con un quadro congiunturale che ha penalizzato soprattutto i consumi privati delle famiglie (-0,2% e -0,4% rispettivamente i contributi alla crescita congiunturale del PIL nazionale nel corso del terzo e quarto trimestre 2011). I dati di contabilità del settore-pulizie relativi alla congiuntura nelle tre regioni esaminate confermano quindi la gravità della situazione.

Se i dati pre-crisi del 2007-2008 relativi alla dinamica dei ricavi delle piccole imprese artigiane di pulizia avevano mostrato un settore che si stava riposizionando e sviluppando, fornendo inoltre una risposta efficace alle necessità di modernizzazione e *upgrading* qualitativo nei servizi offerti alla clientela, la crisi ha determinato un netto punto di rottura. In tal senso occorre infatti sottolineare che il gap accumulato rispetto al 2008 (identificato come anno di riferimento pre-crisi: dati 2008 = 100) è notevole e si aggira attorno al 20%-30%. Tuttavia, mentre in Emilia-Romagna (-18,1% il gap registrato a fine 2011 rispetto al 2008) la flessione è meno intensa, nelle Marche e soprattutto in Toscana si assiste a una brusca contrazione dei ricavi. In effetti, nel corso del 2011, le piccole imprese di pulizia delle Marche evidenziano un gap di fatturato pari a circa -21,1%, che nel caso delle aziende toscane arriva a toccare -32,5 punti percentuali rispetto ai valori medi del 2008². Le difficoltà dell'attuale fase congiunturale sono testimoniate anche dall'osservazione di dati qualitativi che si riferiscono al generale clima di fiducia delle imprese di servizi a livello nazionale. In effetti, anche sotto questo profilo la situazione risulta assai difficile con i servizi alle imprese che

² I dati di contabilità analizzati in questa sede sono a valori correnti e quindi la contrazione dei livelli di fatturato sarebbe più marcata se si considerassero i valori contabili in termini reali, cioè tenendo conto della dinamica inflazionistica.

mostrano livelli di *confidence* assai risicati³. Se si allarga l'analisi ai dati macroeconomici di previsione relativi al 2012 il profilo congiunturale risulta ancora piuttosto complicato, infatti, i consumi privati sono previsti in ulteriore sofferenza: -2,1% la previsione per il 2012 sul versante dei consumi delle famiglie residenti⁴.

La tendenza negativa è anche confermata dalle indagini congiunturali sull'artigianato e sulla piccola impresa realizzate da Confartigianato Veneto- Ufficio Comunicazione e Studi, in collaborazione con AES- Analisi Economiche e Sociali. Queste indagini, che consentono di monitorare i processi produttivi e fare previsioni sull'andamento del settore artigiano, vengono condotte su un campione rappresentativo di 1000 piccole imprese attive nella regione veneto (intendendo come questa definizione imprese con meno di 20 addetti). Le domande sottoposte agli intervistati riguardano alcune variabili di tipo economico, quali livello della domanda (per le imprese di servizi alle imprese o alle persone) o della produzione (per le imprese del manifatturiero), livello del fatturato, livello degli ordini (per le imprese del manifatturiero) e al livello del prezzo di acquisto, dell'occupazione e alla propensione all'investimento⁵.

Pur non disponendo di dati specifici sul comparto delle imprese di pulizia, l'indagine congiunturale svolta su un campione significativo di circa 200 imprese relativo alla macro-categoria 'servizi alle imprese' ed estratto da tutte le province venete mostra per quanto riguarda i servizi alle imprese una tendenza che può essere sintetizzata nel modo seguente:

- A partire da 2008, tutti i principali indicatori considerati (domanda, fatturato, prezzi e occupazione) presentano una tendenza negativa, invertita solo parzialmente a fine 2010 per ciò che riguarda il fatturato e la domanda di servizi.
- L'indice medio di caduta è di circa 2 punti percentuali per semestre, con punte superiori al 4% per fatturato e domanda di servizi nel periodo tra il primo semestre 2008 e il secondo semestre 2009, ossia nel periodo in cui la crisi economica si è manifestata in tutta la sua gravità.
- Come per gli altri settori produttivi, l'artigianato e la piccola impresa hanno risentito degli effetti della crisi del 2008 anche nel corso degli anni successivi, con conseguenze pesanti sul livello di occupati nel settore.

2.2. Il quadro di analisi a livello aziendale e settoriale

Prima di addentrarsi nell'analisi economica dei dati relativi agli Studi di Settore, occorre fare alcune precisazioni sulla base delle informazioni di natura amministrativa presenti negli archivi camerali. In effetti, le 19.043 aziende esaminate sulla base delle risultanze degli Studi di Settore (dati 2009), pur rappresentando con ogni probabilità la principale base economica di riferimento del comparto delle imprese di pulizia, non rappresentano tutto l'universo delle aziende del settore. Infatti, secondo le informazioni tratte dall'archivio camerale, sono molte di più le imprese che risultano attive nell'esercizio dell'attività di "pulizia e disinfestazione" (codice ISTAT "81.2"). I dati desunti dalle Camere di Commercio consentono così di quantificare in tale macro-gruppo (81.2) un numero di aziende che si aggira attorno alle 40.600 unità in termini d'imprese attive alla data del 31 marzo

³ Il clima di fiducia del settore dei servizi alle imprese riscontrato a livello nazionale presenta variazioni congiunturali negative a partire dalla scorsa estate e a marzo 2012 si attesta sui livelli più bassi da giugno 2009 (elaborazioni su dati relativi al comparto "servizi alle imprese": valori tendenziali - Istat, maggio 2012).

⁴ Cfr. REF-Ricerche, *Congiuntura-ref - Previsioni*, anno XIX, n. 8, 26 aprile 2012; ISTAT, *Le prospettive per l'economia italiana nel 2012-2013*, "Previsioni", 22 maggio 2012.

⁵ Confartigianato Veneto- Ufficio Comunicazione e Studi e AES- Analisi economiche e sociali, *Indagine congiunturale sull'artigianato e a piccola impresa in Veneto- Andamento secondo semestre 2010 e previsioni primo semestre 2011*.

2012. Al netto di aspetti che attengono la reale attendibilità e precisione di questi dati di natura amministrativa, è importante inoltre precisare che la normativa fiscale prevede una serie di cause generali di esclusione dall'applicazione degli Studi di Settore (inizio attività, appartenenza al regime dei minimi, ricavi dichiarati superiori a 7,5milioni di euro, etc.). I dati camerati consentono comunque di effettuare una serie di considerazioni di natura qualitativa in merito alla composizione del mercato di riferimento, utili a connotare meglio anche la distinzione in cluster valida ai fini degli Studi di Settore stessi. In particolare, considerando l'universo delle imprese di pulizia ufficialmente attive sul territorio nazionale, per prima cosa occorre sottolineare come la piccola impresa sia la forma prevalente di esercizio dell'attività economica in esame. L'analisi di dettaglio sotto il profilo della forma giuridica, per quanto rappresenti solo una *proxy* della dimensione d'impresa, evidenzia la numerosità delle aziende condotte sotto forma di ditte individuali e società di persone (Sas e Snc), che nel complesso presentano un'incidenza percentuale (in termini di Unità Locali) pari a circa il 70% del totale. E' inoltre importante sottolineare che le sole ditte individuali pesano per circa il 57% del totale delle imprese di pulizia (sempre in termini di Unità Locali). Tutto ciò è una conferma nei numeri di quanto pesi l'elemento "personalistico" nella micro e piccola impresa-tipo di pulizie. L'importanza della piccola impresa e la sua forte connotazione sull'auto-impiego dei titolari (e/o soci) trova ulteriore conferma considerando anche l'elevata incidenza della componente artigiana all'interno del settore delle pulizie. Almeno stando agli ultimi dati disponibili le imprese artigiane attive sono oltre il 55% del totale (dati marzo 2012). Altre specifiche forme giuridiche d'impresa caratterizzano il settore in esame, in particolare guardando alle cooperative, alle Srl e a un esiguo gruppo di consorzi (o società consortili), tutte forme che comunque presentano una certa trasversalità in termini di dimensione d'impresa. Nel dettaglio, solo a titolo di esempio, le Srl costituiscono quasi il 16% del totale delle imprese del settore e anche se rappresentano società di capitali a tutti gli effetti, è difficile pensare che vi sia una netta predominanza di società a responsabilità limitata in cui domina la componente relativa al capitale rispetto all'elemento personalistico dei soci (o socio) di riferimento. Infine, un altro gruppo d'impresе rappresenta quella ristretta cerchia di aziende di grandi dimensioni che vengono esercitate sotto forma soprattutto di grandi società cooperative/consortili e società per azioni. Esiste quindi una certa varietà nell'esercizio dell'attività economica dei servizi di pulizia, che tende a confermare la presenza sul mercato di varie forme organizzativo-gestionali che, almeno in parte, trovano una loro classificazione nei vari cluster esaminati all'interno dei modelli degli Studi di Settore. D'altro canto, dall'analisi dei dati camerati sembra emergere un mercato per così dire "dualistico" e segmentato dove alla maggioranza di micro e piccole imprese artigiane, che tende a soddisfare una domanda di tipo privatistico (pulizia di abitazioni, condomini, uffici, etc.), si affianca una ristretta cerchia di poche grandi imprese (grandi cooperative, società per azioni o grandi società consortili) assai strutturate -anche sotto forma d'impresе *multi-service*- che lavorano per esempio con gli appalti pubblici o le grandi commesse del privato. A tal proposito, è possibile quindi parlare di un mercato che presenta alcune caratteristiche di concorrenza imperfetta sotto forma di oligopolio. I fattori principali che tratteggiano i contorni della natura oligopolistica del mercato attengono più che a economie di scala e/o barriere all'ingresso in senso tecnico (dal lato dei costi o della normativa) piuttosto a barriere di natura relazionale, organizzativo-gestionale o contrattuale. Senza entrare nel dettaglio sembra prendere forma una sorta di meccanismo d'interazione strategica -magari attraverso elementi che possono richiamare fenomeni di collusione esplicita (es. cartelli) o tacita- tra i pochi grandi *player* del mercato. E' di tutta evidenza che tali meccanismi tendono ad alterare il corretto funzionamento del mercato stesso, imponendo così una netta segmentazione dell'offerta attraverso, per esempio, ribassi di prezzo tali da escludere, eliminare (o limitare) la concorrenza delle imprese più piccole. Quindi, mentre nel caso dei grandi *player* i meccanismi di cooperazione possono creare effetti "negativi" (e inefficienti) per il sistema economico nel suo complesso, talune

forme di cooperazione tra “piccoli” potrebbero essere auspicabili. Su questo punto occorre infatti segnalare che i sistemi di cooperazione e alleanza delle piccole aziende si basano su meccanismi “*win-win*” in cui il beneficio si estende oltre i rapporti tra le imprese stesse e pervade tutto il mercato. In effetti, la necessità di ampliamento delle alleanze tra imprese (es. consorzi, ma anche “contratti di rete”, etc.) trova una giustificazione sulla scorta di una domanda in evoluzione che richiede spesso un’integrazione dei servizi offerti e una migliore qualità degli stessi. In tal senso, lo sviluppo di meccanismi di unione e/o cooperazione strategica nel mondo delle micro e piccole imprese artigiane potrebbe aprire il mercato soprattutto dal lato della qualità, andando così a creare i presupposti per una complementarità sia della tipologia dei servizi offerti che della loro copertura a livello territoriale.

L’analisi delle imprese di pulizia oggetto di questa indagine si basa sulle risultanze statistiche degli Studi di Settore applicati al comparto di riferimento.

Le informazioni disponibili si riferiscono all’anno 2009 e i dati riguardano l’attività di pulizia distinta nei tre principali codici di attività economica ATECO 2007: 81.21.00 – Pulizia generale (non specializzata) di edifici; 81.22.02 – Altre attività di pulizia specializzata di edifici e di impianti e macchinari industriali; 81.29.99 – Altre attività di pulizia nca.

Il quadro di analisi che emerge da tale base-dati ha una natura prevalentemente strutturale e gli elementi considerati consentono di tratteggiare il profilo organizzativo-gestionale delle imprese (modelli organizzativi, numero medio di addetti/dipendenti, anno di nascita delle singole imprese), le condizioni relative al mercato di riferimento (tariffe medie, aree di mercato, clientela e investimenti) e le principali caratteristiche della redditività aziendale (ricavi, costi diretti di gestione, margine operativo lordo e redditività netta finale).

Tabella 2.1. Modelli organizzativi. I “cluster” degli studi di settore

CLUSTER-DESCRIZIONE	NUM.	%
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	155	0,8
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	9.827	51,6
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	893	4,7
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	767	4,0
5. Imprese di medie dimensioni *	653	3,4
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	60	0,3
7. Imprese di grandi dimensioni *	151	0,8
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	332	1,7
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	5.841	30,7
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	222	1,2
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	142	0,7
TOTALE	19.043	100,0

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

Note alla tabella: presenza di piccole imprese artigiane all’interno dei singoli cluster (dati puramente indicativi e da considerare solo come proxy della situazione effettiva)

() = non significativa*

*(**) = poco significativa*

*(***) = significativa*

*(****) = molto significativa*

La distinzione delle imprese all’interno dei singoli “cluster” è effettuata sulla base di alcuni fondamentali aspetti strutturali dell’attività d’impresa. In particolare, per evidenziare le differenze relative ai singoli gruppi risultano determinanti almeno quattro fattori: specializzazione dell’attività; dimensione aziendale; modalità di svolgimento dell’attività e modalità organizzativa.

Il quadro di riferimento che emerge dall’osservazione della numerosità delle imprese facenti parte dei singoli gruppi evidenzia la polarizzazione sui cluster “2” e “9” che rappresentano una quota d’imprese pari all’82,3% del totale (tabella 1). In particolare, oltre il 50% delle imprese si concentra nel gruppo “imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni” (cluster “2”) mentre un altro 30% circa nel gruppo “imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali” (cluster “9”). Si tratta, quindi, di un comparto d’imprese fortemente polarizzato sui servizi ai privati sotto forma di “civili abitazioni” e “uffici, negozi e centri commerciali”. Soltanto un risicato 4,7% risulta specializzato nei servizi di pulizia all’industria (cluster “3”), mentre sono scarsamente presenti le piccole imprese di pulizia che operano per appalto pubblico, modalità che risulta connotativa soprattutto delle realtà più grandi e strutturate.

Tabella 2.2. Numerosità degli addetti

CLUSTER-DESCRIZIONE	Media totale addetti⁶	<i>Di cui dipendenti</i>
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	14,4	13,1
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	2,5	1,4
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	6,3	5,2
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	22,0	20,5
5. Imprese di medie dimensioni *	22,5	21,0
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	71,1	69,1
7. Imprese di grandi dimensioni *	83,8	81,5
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	7,2	6,2
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	3,3	2,2
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	4,1	2,8
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	3,1	2,0
Media Totale	5,4	4,3

Fonte: Nostra elaborazione su dati "Studi di Settore" (VG70U – anno 2009), 2012

⁶ Nel computo totale degli addetti si ricomprendono i dipendenti e altre figure quali soci, titolari di ditte individuali e collaboratori delle imprese familiari.

Tabella 2.3. Numerosità media dei dipendenti⁷ per tipologia di contratto

CLUSTER-DESCRIZIONE	Dirigenti, quadri e impiegati	Operai⁸	Tempo parziale, lavoro intermittente e ripartito	Apprendisti, CFL o contratto a termine
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	1,3	2,5	8,7	0,6
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni *****	0,0	0,4	0,8	0,1
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	0,2	2,3	2,2	0,5
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	0,8	7,5	10,9	1,2
5. Imprese di medie dimensioni *	0,9	6,4	12,5	1,2
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	2,4	15,8	47,3	3,7
7. Imprese di grandi dimensioni *	3,3	20,9	53,4	3,9
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	0,2	1,4	4,3	0,3
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali *****	0,1	0,6	1,5	0,1
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili *****	0,1	0,8	1,8	0,1
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi *****	0,0	0,7	1,1	0,2
Media Totale	0,1	1,3	2,6	0,2

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

La struttura “micro” della maggioranza delle imprese di pulizia è testimoniata dal fatto che l’84% circa delle stesse non supera i 4 addetti e la media complessiva è tra i 5 e i 6 addetti, di cui all’incirca 4 sono dipendenti, mentre i restanti sono figure diverse quali soci, titolari di ditte individuali e collaboratori delle imprese familiari (tabella 2). La presenza di queste figure, i c.d. soggetti “indipendenti” (soci, collaboratori familiari e titolari) consente alle piccole e microimprese di essere maggiormente flessibili e in molti casi anche più efficienti. I dati elaborati da CNA sugli Studi di Settore del 2009 evidenziano –infatti- un ruolo importante di queste figure quando sono presenti in azienda. Infatti, nel caso dei “collaboratori familiari” si parla di un tempo medio di lavoro pari a oltre 5 ore al giorno mentre per i “soci” solo una minima quota d’imprese ha dichiarato di aver utilizzato soci con occupazione non prevalente⁹.

La struttura imprenditoriale delle medie imprese vede invece la presenza di circa 22 addetti che arrivano a toccare le 70-80 unità nel caso delle grandi imprese. In questi casi il peso del personale dipendente è nettamente prevalente.

⁷ Dal conteggio totale dei dipendenti sono esclusi i co.co.co.

⁸ Si fa riferimento al totale degli operai sia “generici” che “specializzati”.

⁹ Magnani L. (a cura di), *Le imprese di pulizia – i dati degli studi di settore (analisi del settore del periodo 2004-2009)*, CNA – Interpreta srl, aprile 2011.

Al netto della pressoché assoluta assenza di figure dirigenziali e manageriali in senso lato (presenti solo nelle strutture d'impresa medio-grandi), mediamente il personale alle dipendenze è rappresentato da figure "operaie" (generiche o specializzate) (31% del totale dei contratti) e da quelle assunte con contratti flessibili (lavoro intermittente e ripartito) e part-time (62%) (tabella 3). Inoltre, una recente indagine condotta da CNA evidenzia una tendenza alla crescita dell'utilizzo del part-time: nel corso del 2009 ben il 51,4% delle imprese di pulizia ha utilizzato contratti a tempo parziale (tale quota era pari al 43,9% solo nel 2004)¹⁰.

Tabella 2.4. Dipendenti a tempo parziale per fascia oraria di lavoro prestato (% impiego)

CLUSTER-DESCRIZIONE	< 2 ore giornaliere	2-4 ore giornaliere	> 4 ore giornaliere
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	7%	43%	50%
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni *****	7%	51%	42%
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	10%	47%	43%
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	9%	45%	46%
5. Imprese di medie dimensioni *	14%	46%	40%
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	21%	48%	31%
7. Imprese di grandi dimensioni *	14%	50%	36%
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	16%	61%	24%
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali *****	10%	40%	50%
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili *****	11%	50%	38%
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi *****	7%	52%	41%
Media Totale	11%	47%	42%

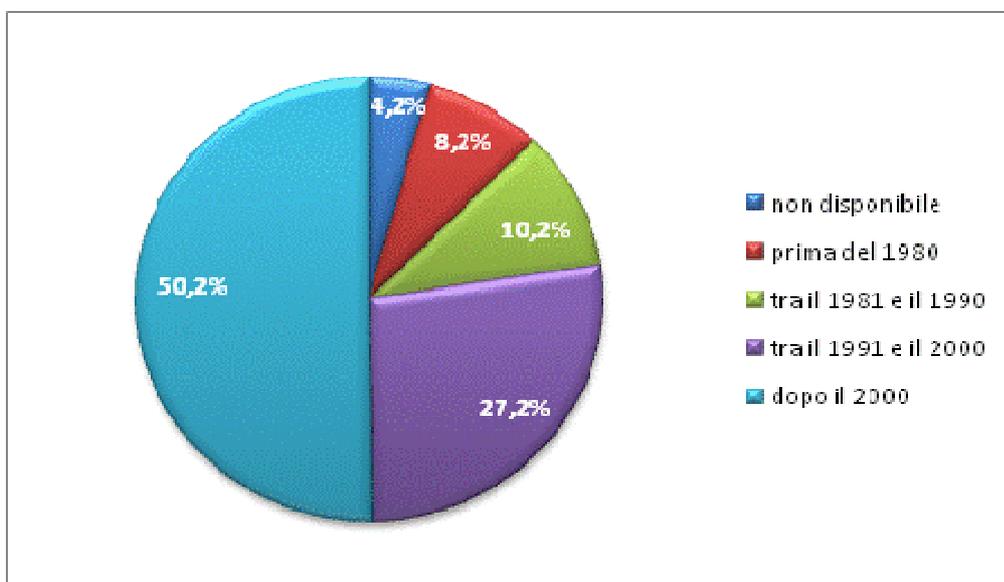
Fonte: Nostra elaborazione su dati "Studi di Settore" (VG70U – anno 2009), 2012

Se si considera l'analisi di dettaglio del tempo parziale risultano soprattutto presenti contratti che prevedono un *timing* compreso tra le 2 e le 4 ore giornaliere (47% del totale), mentre un altro 42% dei contratti supera le 4 ore di lavoro (tabella 4). Le imprese di maggiori dimensioni adottano contratti *part-time* con un monte-ore relativamente più basso. Nel caso delle grandi imprese che operano prevalentemente per appalto pubblico (dove l'utilizzo dei contratti flessibili raggiunge quasi il 70% della forza-lavoro) l'orario di lavoro dei c.d. *part-time* è per il 21% dei casi inferiore alle 2 ore giornaliere. Il relativo maggior utilizzo di contratti standard e con più ore-lavoro consente con tutta probabilità alle imprese più piccole (spesso guidate da un artigiano) di tenere in debita considerazione l'aspetto legato alla qualità del servizio frequentemente prestato a favore di committenti privati.

¹⁰ Ibidem.

Tra le pieghe dei dati “fiscali” degli Studi di Settore è possibile evidenziare altre informazioni di natura strutturale come quelle relative all’anzianità media delle imprese di pulizia analizzate in questa sede. I dati relativi al 2009 mostrano la presenza di un nutrito numero d’imprese del settore che ha più di 10 anni di attività alle spalle (circa il 45,6% del totale) (grafico 1). Il settore presenta quindi una base imprenditoriale che svolge stabilmente la propria attività. Grossomodo l’altra metà delle imprese di pulizia che ha presentato gli Studi di Settore nel 2010 (anno d’imposta 2009) risulta relativamente più giovane dal momento che la data ufficiale di costituzione è avvenuta negli anni 2000. D’altra parte un elevato *turn-over* aziendale risulta piuttosto fisiologico vista la numerosità delle ditte individuali, imprese con una “vita” media che tende a coincidere con il percorso lavorativo del titolare e che al momento del pensionamento dello stesso cessano di esistere. Discorso diverso per le società, le quali con maggior facilità possono dare continuità all’attività d’impresa per esempio con la sostituzione dei soci stessi.

Grafico 2.2. Le imprese per data di costituzione (valori %)



Fonte: Nostra elaborazioni su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

Tabella 2.5. Le tariffe medie applicate al metro quadro (valori in euro)

CLUSTER-DESCRIZIONE	Uffici		Negozi		Industria		Parti Comuni	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	1,6	2,4	1,2	1,7	0,8	1,6	1,1	1,5
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	2,5	4,1	0,9	1,4	0,5	0,8	0,6	1,2
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	2,6	3,7	1,1	1,7	3,4	5,3	0,2	0,4
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	2,9	4,1	2,0	2,5	1,8	2,5	0,7	0,9
5. Imprese di medie dimensioni *	2,8	4,3	1,8	2,7	1,9	3,0	0,5	0,8
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	1,8	2,7	0,8	1,5	0,5	0,9	0,4	0,6
7. Imprese di grandi dimensioni *	2,5	4,5	1,3	2,1	2,0	3,9	0,4	0,7
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	1,7	2,7	0,3	0,5	0,4	0,7	0,2	0,5
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	3,6	5,6	1,5	2,3	1,0	1,5	0,3	0,5
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	1,6	2,5	0,5	1,0	1,0	1,5	0,4	1,1
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	0,9	1,1	-	-	0,5	0,7	-	-
Media Totale	2,8	4,5	1,1	1,7	0,9	1,4	0,5	0,9

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

I dati del 2009 evidenziano un quadro piuttosto composito con riferimento alle tariffe praticate al metro quadro. Nei vari cluster di specializzazione i servizi di pulizia sono quindi svolti a condizioni economiche di offerta assai variegata. L’analisi di dettaglio è comunque da ritenersi puramente indicativa dal momento che, per esempio, risultano assenti le informazioni specifiche relative alla pulizia di condomini e abitazioni, che caratterizza in modo rilevante il cluster di specializzazione più importante in termini di numerosità d’imprese (cluster “2”). Infatti, nel modello degli Studi di Settore si fa riferimento alle informazioni di dettaglio per le tariffe (mq.) praticate nell’ambito della pulizia “civile” (uffici, negozi, scuole e pulizia industriale) e della pulizia “sanitaria” (sala degenza; ambulatori; parti comuni: scale, corridoi, etc) (tabella 5). E’ quindi assente un riferimento diretto alle tariffe soprattutto applicate da quel 50% di imprese di pulizia (cluster “2”) specificatamente

valide per il loro *core business* relativo alla pulizia di condomini e abitazioni e ciò sia a causa dell'elevata variabilità del dato sia perché spesso si tratta di tariffe orarie o anche a forfait.

A titolo di esempio, è possibile notare come nel cluster "9" (pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali), dove peraltro è presumibile sia molto significativa la presenza di microimprese artigiane, le tariffe medie minime e massime applicate al mq. risultano superiori alla media (almeno nei servizi oggetto di specializzazione: pulizia di uffici e negozi). Lo stesso fenomeno è presente, tra l'altro in modo ancor più incisivo, per le imprese del cluster "3" (pulizia stabilimenti/reparti industriali) dove le tariffe minime e massime sono nettamente superiori alla media generale relativa alla pulizia "industriale". Di contro un ristretto numero d'impresе (in particolare di grandi dimensioni) operanti soprattutto per appalto pubblico riesce a praticare tariffe nettamente più contenute trasversalmente alle tipologie di servizi offerti, evidenziando una maggiore capacità di praticare notevoli ribassi rispetto alla media e soprattutto in rapporto alla platea delle piccole imprese artigiane. Chiaramente, si dovrebbe comparare la tariffa rispetto alla qualità del servizio realmente offerto ed al cumulo delle ore di lavoro effettivamente spese per fornire una determinata prestazione.

Tabella 2.6. Area di mercato (valori %)

CLUSTER-DESCRIZIONE	Comune	Provincia	Regione	Fuori Regione
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	50%	37%	7%	6%
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	61%	35%	3%	1%
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	39%	48%	9%	4%
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	55%	34%	7%	4%
5. Imprese di medie dimensioni *	44%	37%	12%	7%
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	39%	23%	20%	18%
7. Imprese di grandi dimensioni *	36%	34%	15%	15%
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	59%	26%	9%	6%
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	50%	42%	7%	1%
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	61%	31%	5%	3%
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	60%	33%	4%	3%
Media Totale	55%	37%	5%	3%

Fonte: Nostra elaborazione su dati "Studi di Settore" (VG70U – anno 2009), 2012

Anche sul versante della copertura dell'area di mercato l'analisi dei dati per cluster evidenzia notevoli differenze in merito alle modalità organizzative con cui è svolta l'attività. Mediamente la maggioranza delle imprese di pulizia presenta un mercato di riferimento di dimensione locale, infatti, nel complesso, ben il 92% delle aziende realizza il proprio fatturato al massimo in ambito provinciale (tabella 6). In effetti, un nutrito gruppo di piccole imprese (in particolare cluster "2" e "9") ha un raggio d'azione assai circoscritto. Nello specifico, per esempio, il 61% delle imprese del

cluster “2” realizza il proprio monte-ricavi addirittura a livello comunale. Inoltre, in tutti i cluster dove risulta significativa la presenza della piccola impresa la quota di aziende con ricavi concentrati nell’area provinciale risulta grossomodo attorno al 90%. Invece, sono soprattutto le aziende di grandi dimensioni a operare su un mercato molto più ampio: per esempio, il 38% delle grandi imprese che lavorano prevalentemente su appalto pubblico svolge la propria attività su scala regionale e nazionale.

Tabella 2.7. Numerosità di clienti (valori %)

CLUSTER-DESCRIZIONE	fino a 3	4-10	> 10	non indicato
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	35%	34%	25%	6%
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	5%	17%	66%	12%
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	25%	29%	39%	7%
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	10%	18%	65%	7%
5. Imprese di medie dimensioni *	4%	9%	79%	8%
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	7%	12%	73%	8%
7. Imprese di grandi dimensioni *	4%	5%	87%	4%
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	51%	23%	21%	5%
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	15%	28%	50%	7%
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	10%	19%	60%	11%
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	32%	24%	34%	10%
Media Totale	11%	21%	58%	10%

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

In termini di concentrazione del fatturato la maggioranza delle aziende dichiara di avere più di 4 clienti e nel 58% dei casi di realizzare il proprio monte-fatturato con più di 10 clienti nel corso dell’anno (tabella 7). In effetti, sono relativamente poche le imprese che lavorano con meno di 4 clienti e queste sono soprattutto aziende che presentano una focalizzazione specifica su determinati target di clientela/attività come nel caso del cluster “1” (pulizia di strutture ospedaliere, etc.) e del cluster “8” (imprese di pulizia che operano prevalentemente su appalto pubblico). In generale l’aspetto dimensionale sembra avere una scarsa rilevanza nel caratterizzare i singoli cluster in termini di numerosità di clienti. Ciò può essere interpretato anche come una generale ricerca di attenuazione del rischio d’impresa che inevitabilmente (e a determinate condizioni) può risultare relativamente più alto appunto al decrescere del numero di clienti serviti. La tendenza a spalmare i

ricavi su un numero più alto di clienti è comunque un fenomeno che è presente da alcuni anni¹¹. Su questo punto occorre tuttavia evidenziare che anche il “peso” relativo dei singoli clienti può giocare un ruolo importante nel determinare il complessivo grado di rischio imprenditoriale.

Tabella 2.8. Mezzi di trasporto e valore medio dei beni strumentali a disposizione

CLUSTER-DESCRIZIONE	Autovetture	Automezzo fino a 3,5 t.	Automezzo oltre 3,5 t.	Valore beni strumentali (€)
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	0,8	0,7	0,0	52.468
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	0,5	0,7	0,0	18.527
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	0,6	0,9	0,1	70.514
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	0,7	1,7	0,2	92.304
5. Imprese di medie dimensioni *	1,2	2,4	0,2	135.044
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	2,4	4,0	0,6	357.692
7. Imprese di grandi dimensioni *	2,6	4,9	0,9	416.156
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	0,6	0,8	0,1	49.604
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	0,6	0,8	0,0	27.880
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	0,6	0,9	0,0	30.113
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	0,4	1,0	0,1	40.548
Media Totale	0,6	0,9	0,1	36.139

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

Le piccole imprese di pulizia hanno a disposizione una dotazione relativamente modesta di beni strumentali. Mediamente un’azienda possiede 1-2 mezzi di trasporto e, in particolare nei cluster “2” e “9”, cluster molto numerosi e in cui è significativa la presenza della piccola impresa artigiana, spesso si possiede soltanto un automezzo. Situazione che muta radicalmente al crescere del profilo dimensionale: nel caso delle grandi imprese, infatti, si possono avere 7/8 mezzi di trasporto fra autovetture e automezzi (tabella 8).

La consistenza dei beni strumentali a disposizione delle aziende per lo svolgimento della loro attività d’impresa si riflette anche sul profilo strettamente monetario. Il valore medio dei beni posseduti dalle imprese di grandi dimensioni è infatti di gran lunga superiore agli altri: es. € 416.156 il valore medio complessivo dei beni strumentali nel caso delle grandi imprese del cluster

¹¹ Ibidem.

“7”. All’estremo opposto gli esigui valori relativi però alla fetta più consistente delle aziende - piccole imprese di pulizia dei cluster “2” e “9”- che presentano un valore dei beni strumentali mediamente inferiore ai 30.000 €.

Tabella 2.9. Ricavi medi per cluster

CLUSTER-DESCRIZIONE	Ricavi (€)
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	504.512
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni *****	103.054
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	272.291
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	707.762
5. Imprese di medie dimensioni *	928.449
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	2.607.071
7. Imprese di grandi dimensioni *	3.194.944
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	251.545
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali *****	137.995
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili *****	183.315
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi *****	107.913
Media Totale	213.602

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

L’analisi della composizione dei cluster in termini di ricavi mostra un quadro assai differenziato e fatto di una netta dicotomia tra le imprese di media-grande dimensione e le altre aziende. Infatti, se le imprese di grandi dimensioni possono arrivare a un fatturato medio annuo di oltre 3milioni di euro (dati 2009) i ricavi medi di oltre l’80% delle piccole imprese di pulizia si attestano di poco sopra i 100mila euro (dati 2009) (tabella 9). E’ superfluo soffermarsi in questa sede sulle ovvie motivazioni di carattere strutturale alla base di tali differenze, mentre è da rilevare come le grandi aziende siano in grado di contenere un po’ meglio i costi diretti variabili (materiali e lavorazioni) probabilmente giovandosi di una posizione di maggior forza anche in termini contrattuali con i propri fornitori.

Tabella 2.10. Costi medi di gestione: costi variabili (materiali impiegati e lavorazioni affidate a terzi) e costo del lavoro

CLUSTER-DESCRIZIONE	Costi Variabili (Medi) (€)	Costi Variabili/Ricavi (%)	Costo Lavoro¹² (Medio) (€)	Costo Lavoro/Ricavi (%)
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	52.807	10,5%	320.385	63,5%
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	16.867	16,4%	33.788	32,8%
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	44.856	16,5%	139.977	51,4%
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	60.391	8,5%	519.357	73,4%
5. Imprese di medie dimensioni *	155.017	16,7%	541.150	58,3%
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	417.246	16,0%	1.732.179	66,4%
7. Imprese di grandi dimensioni *	497.027	15,6%	2.091.293	65,5%
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	35.788	14,2%	151.674	60,3%
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	24.457	17,7%	54.103	39,2%
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	38.176	20,8%	68.610	37,4%
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	16.804	15,6%	46.734	43,3%
Media Totale	32.936	15,4%	108.511	50,8%

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

Le imprese più piccole presentano un’incidenza dei costi variabili più alta rispetto alla media anche se la struttura più flessibile le premia dal punto di vista dell’incidenza del costo del lavoro sui ricavi (es. 32,8% il rapporto costo del lavoro/ricavi per il cluster “2”, rispetto a una media totale pari a 50,8%) (tabella 10). Di contro il costo del fattore lavoro tende a penalizzare relativamente di più le imprese più strutturate, che nel caso delle grandi aziende (cluster “6” e cluster “7”) si aggira attorno al 66% dei ricavi.

¹² Il costo del lavoro comprende anche il costo dei co.co.co. e dei collaboratori occasionali.

Tabella 2.11. Margine Operativo Lordo (MOL¹³) medio per cluster

CLUSTER-DESCRIZIONE	Valori €	MOL/Ricavi (%)
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	131.320	26,0%
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	52.399	50,8%
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	87.458	32,1%
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	128.014	18,1%
5. Imprese di medie dimensioni *	232.282	25,0%
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	457.646	17,6%
7. Imprese di grandi dimensioni *	606.624	19,0%
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	64.083	25,5%
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	59.435	43,1%
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	76.529	41,7%
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	44.375	41,1%
Media Totale	72.155	33,8%

Fonte: Nostra elaborazione su dati “Studi di Settore” (VG70U – anno 2009), 2012

I livelli medi di marginalità lorda aziendale in termini d’incidenza sui ricavi (MOL/Ricavi = *Cash Flow Ros*, ossia il flusso di cassa operativo aziendale che potenzialmente si ritrae dalla gestione caratteristica) si aggirano mediamente attorno al 33,8% (dati 2009) (tabella 11). Tale valore si posiziona tra un minimo (17,6% per le grandi imprese che operano per appalto pubblico) e un massimo (50,8% per le piccole imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni). Questa situazione è tuttavia spiegabile con il differente modello economico-gestionale che sta alla base dei diversi gruppi d’imprese. Il MOL è calcolato facendo la differenza fra il valore aggiunto operativo (approssimato in questo caso dai ricavi al netto dei costi variabili per acquisto di materiali e lavorazioni esterne) e il costo del lavoro. Infatti, la diversa proporzione tra dipendenti e addetti totali (che comprendono anche soci, titolari e/o collaboratori familiari) incide notevolmente nel determinare le differenze fra i vari cluster. Mentre la grande impresa presenta una struttura fatta di ben 70-80 dipendenti, di cui fanno parte anche impiegati, quadri e dirigenti, in media la microimpresa (spesso artigiana) ha soltanto 2-3 addetti tra cui il titolare. Nel caso delle ditte individuali il costo del lavoro risulta compreso anche dal fatto che la remunerazione del titolare è parte del reddito finale d’impresa.

¹³ MOL (Margine Operativo Lordo) = ricavi – costi variabili (materiali e lavorazioni) – costo del lavoro.

Tabella 2.12. Reddito medio d'impresa per cluster

CLUSTER-DESCRIZIONE	Valori €	Reddito/Ricavi (%)
1. Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori **	37.472	7,4%
2. Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni ****	28.740	27,9%
3. Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali ***	27.466	10,1%
4. Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa **	1.932	0,3%
5. Imprese di medie dimensioni *	39.223	4,2%
6. Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico *	99.977	3,8%
7. Imprese di grandi dimensioni *	116.939	3,7%
8. Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico **	20.331	8,1%
9. Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali ****	26.832	19,4%
10. Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili ****	31.809	17,4%
11. Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi ****	17.142	15,9%
Media Totale	28.172	13,2%

Fonte: Nostra elaborazione su dati "Studi di Settore" (VG70U – anno 2009), 2012

Il livello medio di redditività finale delle imprese di pulizia si aggira attorno al 13% a fronte di un reddito medio d'esercizio in valore assoluto pari a € 28.172 (tabella 12).

In effetti, il reddito finale d'impresa in rapporto al fatturato risulta più contenuto proprio per la media-grande impresa che si attesta su livelli di redditività attorno al 4% dei ricavi. Ciò sconta appunto il fatto che all'interno del risultato finale d'esercizio la microimpresa "tipo" deve ricomprendere la remunerazione implicita dell'imprenditore che, di fatto, vive del profitto aziendale essendo egli stesso un addetto dell'impresa. Se poi si tratta di un'impresa familiare o di una società il reddito finale deve essere ripartito fra tutti gli addetti "indipendenti" (collaboratori familiari o soci). Infine occorre considerare che tale reddito è al lordo delle imposte e dei contributi previdenziali dovuti dall'imprenditore persona fisica e ciò contribuisce a deprimere ulteriormente l'entità del dato medio relativo alla piccola impresa "tipo".

Il quadro che emerge dall'analisi per cluster degli Studi di Settore relativo al modello valido per le imprese di pulizia nel corso del 2009 è quello di un comparto in cui il peso della piccola impresa artigiana è rilevante: almeno stando ai dati degli Studi di Settore poco meno del 90% delle imprese di pulizia è di taglia piccola e ciò è confermato dai dati medi relativi sia al fatturato (€ 125.135) che al numero degli addetti (n. 3) (dati medi ponderati; anno 2009). D'altro canto la piccola impresa di pulizia si caratterizza per un tipo di attività soprattutto rivolto a una clientela di tipo privato (abitazioni e condomini; uffici, negozi, centri commerciali e scuole; manutenzioni ordinaria di immobili e aree verdi) e con un raggio d'azione –in termini di area di mercato- che di rado va oltre i confini provinciali. Gli aspetti organizzativi quindi tendono a rimarcare l'alta presenza di micro-

strutture non solo dal punto di vista del capitale umano (addetti) ma anche della dotazione di beni-investimento come i mezzi di trasporto (1,3 in media). In questo senso, infatti, la dotazione media di beni strumentali è di circa € 25.000 per impresa.

Per quanto i dati del 2009 siano di tipo strutturale, la loro analisi evidenzia come possa essere difficile coniugare qualità del servizio, attenzione alla determinazione del “prezzo-tariffa” ed efficienza economica, soprattutto quando è in corso un critico passaggio congiunturale come quello attuale. Spostando così l’attenzione sulla congiuntura lo scenario che caratterizza l’economia italiana risulta particolarmente difficile. In effetti, i servizi di pulizia sono fra quei settori che in questa fase soffrono maggiormente anche a causa delle numerose difficoltà che attanagliano soprattutto il mercato nazionale. E’ infatti la domanda interna a mostrare le maggiori difficoltà con i consumi privati e la spesa pubblica che risultano in grave sofferenza. La tendenza riscontrata nel 2010 e poi soprattutto nel 2011 evidenzia come il gap produttivo rispetto ai livelli pre-crisi sia ancora assai rilevante e come i recenti dati congiunturali presentino criticità diffuse che fanno guardare al 2012 con più di una preoccupazione¹⁴.

La fotografia della piccola impresa-tipo presenta comunque delle caratteristiche distintive e di qualità che possono sì permeare gran parte dell’universo artigiano, ma che nel caso delle imprese di pulizia possono assumere delle connotazioni particolari. Indagini recenti relative alla percezione del valore della “pulizia”¹⁵ confermano l’importanza di tale attività di servizio sia in termini di ricadute sulla salute quanto relativamente a tematiche di più ampio respiro connesse all’impatto ambientale. In effetti, si registra un certo gap tra il livello medio di pulizia riscontrato tra la gente e il più alto livello desiderato d’igiene e pulizia soprattutto in alcuni contesti che riguardano il quotidiano. Un gap che risulta relativamente più consistente nel caso, per esempio, dei mezzi pubblici o delle strutture socio-sanitarie, dove peraltro è verosimilmente meno presente l’attività della piccola impresa. Quest’ultima, infatti, incontra spesso notevoli difficoltà a rapportarsi in modo efficiente ed efficace con le strutture pubbliche che operano la selezione dei fornitori attraverso gare d’appalto assai stringenti. La piccola impresa artigiana di pulizie è così tendenzialmente associata a livelli relativamente migliori in termini di qualità del servizio (professionalità; strumenti corretti e adeguati di lavoro; etc.), attenzione al cliente finale ma anche tariffe relativamente più elevate. Tuttavia, è importante che tali elementi di qualità e maggior valore possano emergere con chiarezza ed essere comunicati efficacemente all’esterno. Non è trascurabile inoltre l’aspetto legato all’attività di pulizia connessa alla migliore “conservazione/manutenzione” (in senso lato) degli ambienti. Ciò si collega a una visione più ampia, dove il servizio tende a ricomprendere i diversi aspetti qualitativi offerti alla clientela. In effetti, anche l’attività di pulizia si pone in linea con i cambiamenti della società che tende a evolversi sempre più nella direzione della sensibilità agli aspetti della salute e dell’ambiente. In questo senso il ruolo dell’imprenditore-artigiano che cura professionalità e qualità del servizio offerto sul mercato si pone naturalmente al centro di tali processi di cambiamento ed evoluzione sociale.

¹⁴ In Emilia-Romagna, per esempio, i dati relativi alla recente evoluzione del fatturato delle imprese di pulizia risultano assai negativi, con una contrazione pari al -1,5% nel 2011 (-2,1% nel 2010) e un gap rispetto ai valori del fatturato pre-crisi (2008) pari a circa 20 punti percentuali.

¹⁵ ISPO Ricerche, 3G Deal & Research, *Il valore della pulizia*, Afidamp Servizi, marzo 2012.

3. Sintesi e conclusioni

Muovendo dalle caratteristiche del settore e dalla connotazione tipica della piccola impresa artigiana che presta servizi di pulizia, è stato possibile definire i punti di forza e le criticità che ne determinano il posizionamento nel mercato.

Le evidenze emerse suggeriscono che le piccole imprese del settore soffrono di un **'business climate' poco vantaggioso**.

Alla luce di quanto emerge dall'analisi appare indispensabile ripensare le policy del settore tenendo presente la natura stessa dell'impresa artigiana, le sue caratteristiche intrinseche, il valore aggiunto in termini di sostenibilità e produttività e le criticità più evidenti: nell'ultimo paragrafo vengono suggeriti alcuni provvedimenti orientati alla promozione di un percorso di sviluppo integrato del settore in linea con le direttive europee.

Certamente la piccola impresa, anche per l'elevato numero di unità presenti nel settore, non è un fenomeno totalmente omogeneo.

Ma poiché i fattori e le condizioni di competitività (incluse le politiche) sono fortemente influenzati dalla dimensione di impresa, le piccole aziende artigiane possono essere assimilabili a un unico soggetto per quanto concerne le richieste di policy e degli interessi legittimi di cui sono portatrici verso l'amministrazione pubblica.

3.1 Aspetti significativi del settore e connotazione della piccola impresa.

Il settore conta 19.043 imprese, suddivise in 11 cluster¹⁶; quelli che pesano maggiormente sono il n.° 2, in cui rientrano 9.827 imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni e il n.° 9, con 5.841 imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali. Queste due classi presentano al proprio interno un'elevata percentuale di imprese individuali e aziende con meno di 4 addetti.

Ciò conferma l'esistenza di un sistema produttivo diffuso e capillarizzato, che si caratterizza per una dimensione aziendale di tipo "micro": l'84% circa delle imprese non supera i 4 addetti e la media complessiva è tra i 5 e i 6 addetti, di cui all'incirca 4 sono dipendenti, mentre i restanti sono figure diverse quali soci, titolari di ditte individuali e collaboratori delle imprese familiari.

Stando ai dati di settori, il peso della piccola impresa artigiana sul settore è rilevante: si stima che la piccola impresa costituisca l'88,9% del settore. Si tratta in prevalenza di imprese individuali o società di persone a gestione familiare di taglia piccola, come confermato dal numero medio di persone impiegate in azienda (3 addetti) e dal il fatturato medio, pari a € 125.135. Sono aziende a bassa intensità di capitale, in cui la dotazione strumentale si limita ad un ridotto paniere di beni

¹⁶ Si ricorda che come già detto nel paragrafo 2.2 le 19.043 aziende esaminate sulla base delle risultanze degli Studi di Settore (dati 2009), pur rappresentando con ogni probabilità la principale base economica di riferimento del comparto delle imprese di pulizia, non rappresentano tutto l'universo delle aziende del settore. Infatti, secondo le informazioni tratte dall'archivio camerale, sono molte di più le imprese che risultano attive nell'esercizio dell'attività di "pulizia e disinfestazione" (codice ISTAT "81.2"). I dati desunti dalle Camere di Commercio consentono così di quantificare in tale macro-gruppo (81.2) un numero di aziende che si aggira attorno alle 40.600 unità in termini d'impresе attive alla data del 31 marzo 2012.

strumentali (generalmente consistono in un piccolo automezzo e gli strumenti di lavoro) per un valore medio di circa 24.000 euro.

Si tratta di numeri al di sotto della media del settore, a dimostrazione della tendenza dell'impresa artigiana ad acquisire una struttura di micro e piccola azienda.

Tab. 3.1 Caratteristiche della piccola impresa nel settore delle pulizie (*)

<i>Peso nel settore</i>		88,9% del totale delle imprese
<i>Fatturato</i>		125.135 €
<i>Dimensione tipica</i>		3 addetti
<i>Mercato</i>	<i>Servizi /target</i>	<i>Pulizia:</i> condomini/abitazioni; uffici/ scuole/ negozi/ centri commerciali/reparti industriali <i>Manutenzione:</i> immobili e aree verdi
	<i>Posizionamento e prezzi</i>	<i>Committenti :</i> soggetti privati <i>Prezzi :</i> più alti della media del settore
	<i>Bacino territoriale</i>	Provincia (94,1%)
<i>Organizzazione</i>	<i>Intensità di capitale</i>	24.834 €
	<i>Dotazione strumentale</i>	1,3 mezzi di trasporto (per impresa)
	<i>Struttura e assetto imprenditoriale</i>	Impresa individuale o società di persone a conduzione familiare

Fonte: Nostra elaborazione su dati "Studi di Settore" (VG70U – anno 2009), 2012

(*) *Dati medi ponderati relativamente ai cluster dov'è significativa la presenza di piccole imprese artigiane*

Una caratteristica del settore dei servizi di pulizia che si enfatizza nel caso dell'impresa artigiana è la dimensione territoriale dell'impresa: se a livello generale l'87% di aziende di pulizia svolgono la propria attività all'interno della Provincia in cui sono stabilite, per le piccole realtà questo dato aumenta al 94%. Ciò può essere considerato un indicatore della difficoltà che l'impresa artigiana incontra nel gestire lavori che richiedono una copertura territoriale di ampio respiro.

Dal punto di vista dei servizi prestati, le piccole imprese artigiane si sono specializzate nella pulizia di immobili e aree verdi, di condomini e abitazioni, e di strutture commerciali, amministrative o produttive (negozi, uffici, stabili della pubblica amministrazione, scuole, reparti industriali etc.).

Le tariffe sono mediamente più alte rispetto al mercato.

3.2 Criticità

Dall'analisi del settore si possono dedurre alcune considerazioni sul posizionamento nel mercato della piccola impresa artigiana 'tipo'. Le imprese artigiane di pulizia inoltre denunciano lacune politiche e strutturali del sistema che minacciano la sopravvivenza di queste realtà in un mercato mal regolato e poco chiaro.

Emergono dunque una serie di criticità, sia endogene che esogene, che rappresentano elementi di debolezza e possibili minacce.

1. In generale, la piccola impresa artigiana sconta più degli altri soggetti produttivi gli effetti dell'attuale crisi del sistema creditizio. Soprattutto la micro e la piccola impresa accusano le difficoltà legate alla **stretta del credito**, e il venir meno di strumenti che in precedenza consentivano di sopperire a ritardi nei pagamenti in sospeso, coprivano le spese di gestione corrente e garantivano capitali necessari per investimenti e programmi sul medio-lungo periodo.

2. In particolare i servizi di pulizia sono fra quei settori che soffrono maggiormente l'attuale fase economica a causa delle numerose **difficoltà che attanagliano soprattutto il mercato interno**. E' proprio la domanda nazionale a mostrare le maggiori difficoltà con i consumi privati e la spesa pubblica che risultano in grave sofferenza.

3. Le difficoltà legate al calo della domanda di servizi di pulizia è aggravata da una serie di **pre-condizioni e procedure discriminanti** che limitano le possibilità di accesso per la piccola impresa al **mercato degli appalti pubblici**.

Il mancato rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale dei Lavoratori del settore, requisiti tecnici, finanziari e organizzativi sproporzionati all'entità dell'appalto e fuori dai parametri della piccola impresa artigiana 'tipo', e un mercato concorrenziale basato quasi esclusivamente sul **ribasso selvaggio dell'offerta economica** sono fattori che di fatto escludono la piccola impresa artigiana dai bandi di gara, minacciandone la possibilità stessa di mantenersi sul mercato.

4. Un ulteriore elemento di debolezza è rappresentato da un **sistema tariffario estremamente vario e disomogeneo**, con differenze di prestazioni al metro quadro in base al tipo di servizio e/o alla dimensione dell'azienda ed un mercato sempre più deregolamentato e nebuloso.

Le piccole imprese presentano **tariffe generalmente più alte** rispetto al mercato, che aumentano ulteriormente in riferimento ai servizi in cui ciascuna azienda è specializzata.

Su questo piano i dati strutturali relativi al 2009 evidenziano come possa essere difficile coniugare qualità del servizio, attenzione alla determinazione del "prezzo-tariffa" ed efficienza economica, soprattutto quando è in corso un critico passaggio congiunturale come quello attuale.

Un alto livello delle tariffe da un lato può essere interpretato come un indicatore della qualità del servizio, in quanto un costo maggiore fa supporre una qualità più alta, ma dall'altro lato suggerisce una difficoltà per la piccola impresa a confrontarsi con le grandi imprese e le cooperative che, con costi del lavoro inferiori, possono operare offerte economiche più vantaggiose.

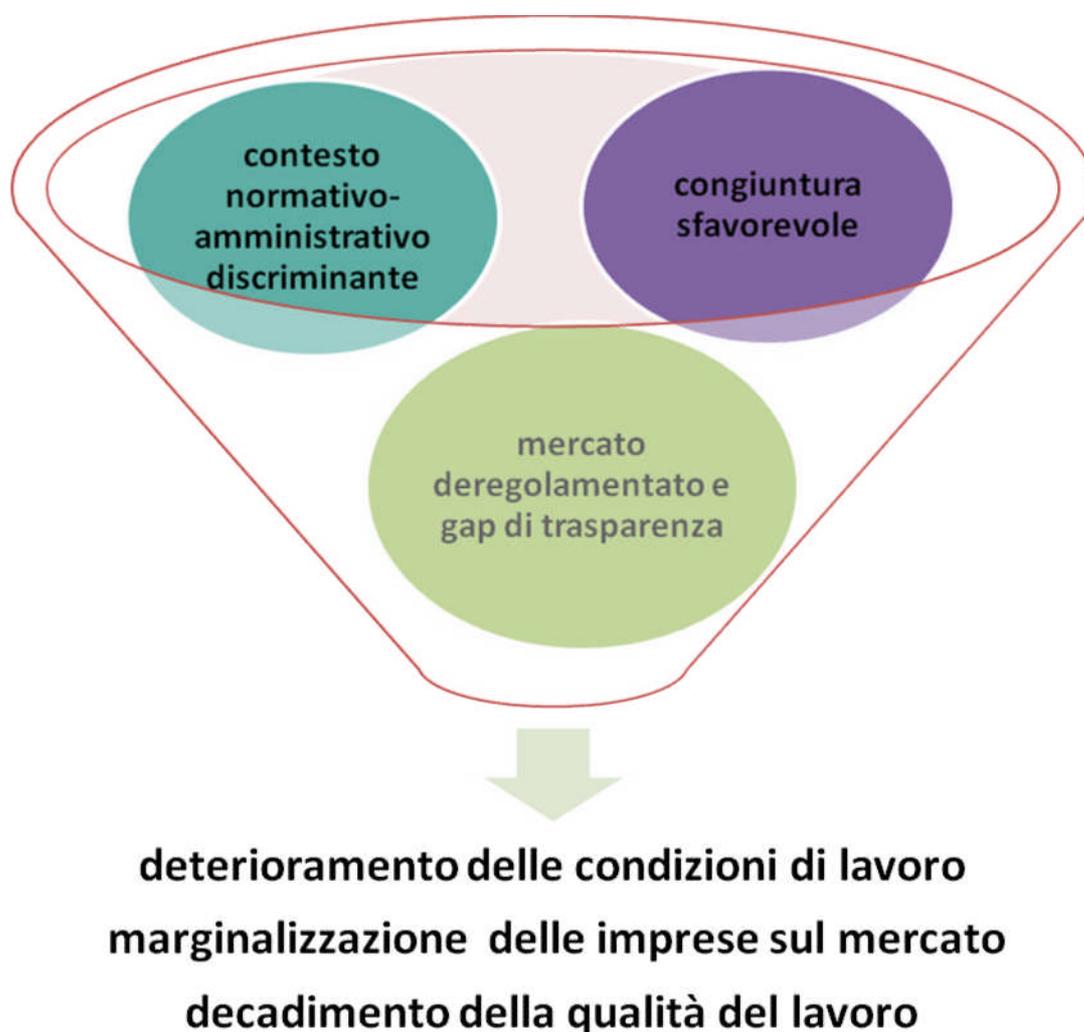
5. Il mercato dei servizi di pulizia presenta **lacune** per ciò che riguarda la **capacità di controllare lo standard dei servizi e i requisiti di onorabilità legale e finanziaria dei soggetti** che operano sul mercato.

È presumibile un peggioramento delle condizioni, alla luce di quanto stabilito dall'attuale Governo in merito alla liberalizzazione del mercato e alla prevista abolizione del requisito di onorabilità.

6. Un fattore di debolezza è data da un deficit di comunicazione, sia in merito ai servizi e ai soggetti fornitori, sia in merito alle dinamiche del mercato e delle gare.

Le piccole imprese e le associazioni di categoria denunciano che le stesse procedure di assegnazione dell'appalto sono spesso oggetto di discussione, e sembrano discriminare la piccola impresa, così come vi è scarsa comunicazione sulla tempistica, le procedure di candidatura e di selezione, i requisiti richiesti, i soggetti partecipanti etc.

Figura 3.1. Minacce e punti di debolezza della piccola impresa artigiana di pulizie



Per ciò che riguarda il contesto normativo-amministrativo, si possono evidenziare 4 principali aspetti, con conseguenze più o meno dirette.

Figura 3.2. Sintesi degli aspetti normativi e strutturali più rilevanti, e conseguenze¹⁷.



¹⁷ L'azzardo morale (*moral hazard*) e la selezione avversa (*adverse selection*) sono fenomeni che si manifestano in situazioni di asimmetria informativa, ossia situazioni in cui le informazioni non sono integralmente condivise dai soggetti coinvolti nel processo economico. Si parla di azzardo morale nel caso in cui alcuni soggetti economici, sfruttando la poca trasparenza e i vuoti informativi dei committenti o dei concorrenti, intraprendono strategie di massimizzazione del profitto basate su forme di *opportunismo post-contrattuale* venendo meno ai propri doveri e confidando sull'impossibilità per la controparte di verificare l'esistenza di dolo o negligenza rispetto a quanto stabilito nel contratto.

L'asimmetria informativa può comportare anche situazioni di *opportunismo pre-contrattuale* definite come processi di selezione avversa per cui, data l'impossibilità da parte del committente di valutare in fase di selezione le reali capacità, competenze ed efficienza dei concorrenti, si verifica una scelta sfavorevole per chi ha fissato le condizioni della gara o della prestazione stabilita dal contratto, dettata esclusivamente dal ribasso dell'offerta. In un contesto di questo tipo, i soggetti migliori tendono ad uscire dal mercato per l'impossibilità di competere con i soggetti che, a fronte di una qualità della prestazione scadente, garantiscono migliori offerte economiche.

La teoria dell'asimmetria informativa, sviluppata in ambito economico per spiegare i comportamenti degli attori secondo la diffusione delle informazioni, viene applicata in vari campi della micro-economia e della teoria dei giochi.

3.3 Punti di forza

La dinamicità, la capacità di rispondere alla crisi attraverso soluzioni innovative di riorganizzazione interna o posizionamento sul mercato, la flessibilità, ed al contempo specializzazione, che contraddistinguono la piccola impresa artigiana¹⁸ devono essere sostenute alleggerendo il carico procedurale e burocratico che grava sulle spalle dell'imprenditore il quale, nella maggior parte dei casi, svolge anche ore di lavoro 'vero' all'interno dell'impresa.

I **punti di forza** dell'impresa artigiana sono la **qualità** della prestazione, il **rapporto diretto** col committente, la **professionalità** radicata in un 'saper fare' che prima ancora della formazione professionale trova il suo fondamento nella dimensione culturale dell'essere artigiano.

Flessibilità, qualità e attenzione verso le esigenze del cliente comportano un'attitudine a sviluppare **servizi personalizzati** nell'ambito di **specializzazione** di ciascuna impresa.

Questi aspetti, che sono tipici del comparto artigiano in generale, acquisiscono un significato particolare nel settore delle pulizie.

Indagini recenti relative alla percezione del valore della "pulizia"¹⁹ confermano l'importanza di tale attività di servizio sia in termini di ricadute sulla salute sia relativamente a tematiche di più ampio respiro connesse all'impatto ambientale.

Secondo una ricerca condotta da ISPO ricerche e presentata nel 2012 esiste un gap tra il livello di pulizia desiderato e quello effettivamente riscontrato negli spazi di vita quotidiana. Il gap è rilevato soprattutto in riferimento ad alcuni luoghi in cui la pulizia incide in modo determinante sulla qualità del servizio finale e sulla soddisfazione (e il benessere) dei consumatori/ utenti in termini di salute e prevenzione, come scuole, ospedali, distretti sanitari e mezzi pubblici.

L'esistenza di questo bisogno diffuso di pulizia e igiene pur non rappresentando un livello di domanda concreto²⁰ lascia supporre possibili esternalità positive e margini di espansione del settore. Non è trascurabile inoltre l'aspetto legato all'attività di pulizia connessa alla migliore "conservazione/manutenzione" (in senso lato) degli ambienti. In questo senso, si dovrebbe considerare i risparmi sui costi di gestione e ristrutturazione che derivano da un'efficiente manutenzione degli stabili e della strumentazione.

È fondamentale che tali elementi di qualità e maggior valore possano emergere con chiarezza ed essere comunicati efficacemente all'esterno.

¹⁸ L'integrazioni in sistemi (e più recentemente in reti) di imprese è un aspetto fondante lo sviluppo del ns. paese dal dopo-guerra in poi e che ha alimentato un lungo dibattito, soprattutto relativamente ai settori e distretti manifatturieri. D'altra parte, la competitività della piccola impresa organizzata in concentrazioni territoriali è un fenomeno che rimanda a tradizioni antiche nel pensiero economico, quale appunto il distretto industriale, definito dall'economista inglese Marshall come *un'entità socio-economica costituita da un insieme di imprese, facenti generalmente parte di uno stesso settore produttivo, localizzato in un'area circoscritta, tra le quali vi è collaborazione ma anche concorrenza*. All'interno dei distretti le imprese di piccola dimensione possono sfruttare economie di scala che normalmente si possono trovare solo nella grande impresa pur mantenendo la propria specializzazione e autonomia. (Marshall, *The Economics of Industry*, 1879 e *Principles of Economics*, 1890).

Del resto le economie di scala e di scopo rimangono anche oggi la principale fonte di efficienza che porta le imprese (specie se piccole) ad aggregarsi ed operare in reti integrate con vantaggi ed esternalità positive in termini di riduzione dei costi, sviluppo di processi e servizi innovativi, diffusione di know how e migliori capacità di promozione sul mercato.

¹⁹ ISPO Ricerche, 3G Deal & Research, *Il valore della pulizia*, Afidamp Servizi, marzo 2012.

²⁰ Non è possibile quantificare una domanda di mercato in quanto oggetto dell'indagine era il desiderio di pulizia, e non la disponibilità a pagare per maggior pulizia.

Ciò si collega a una visione più ampia, dove il servizio tende a ricomprendere i diversi aspetti qualitativi offerti alla clientela.

Inoltre, la piccola impresa si caratterizza per dinamicità e flessibilità, elementi che le permettono di mantenersi sul mercato rispondendo ai cambiamenti della domanda o sfruttando le possibilità che si vengono a delineare.

Un'opportunità per rafforzare il ruolo della piccola impresa nell'attuale congiuntura economica sembra essere la creazione di reti di imprese in grado di fornire servizi integrati e garantire una maggior competitività nel settore.

Molte imprese hanno tentato di riorganizzarsi come reti multiservizi in grado di garantire una copertura più ampia di servizi ai soggetti committenti. E' importante sottolineare che questi soggetti sono una realtà differente dalle grandi aziende che offrono servizi di global service, caratterizzate da ampia disponibilità di personale e dotazioni di capitale. Si tratta piuttosto di reti integrate di piccole imprese che mantengono la propria specializzazione e la propria vocazione artigiana, e trovano nell'aggregazione un vettore di risorse umane ed economiche.

Un esempio arriva da Maret, la prima esperienza di Rete nel ramo dei servizi integrati e delle imprese di pulizia in Toscana e in Italia, frutto di una aggregazione di 10 imprese toscane e una della provincia di Parma, attive nei settori delle pulizie civili ed industriali, della sanificazione, della disinfestazione, del giardinaggio, dell'arboricoltura e della movimentazione delle merci. Attraverso Maret le aziende cosiddette "multiservizi" hanno l'opportunità di integrarsi in un soggetto unico in grado di competere sul mercato di riferimento con esternalità positive per ciò che riguarda le attività di aggiornamento professionale, la scelta di strategie comuni per quel che concerne il marketing e l'ottimizzazione dei processi aziendali.

Sia Confartigianato che CNA sono consapevoli dell'importanza strategica della cooperazione tra attori: entrambe le associazioni sono impegnate nella promozione di reti formali o informali finalizzate a tutelare le quote di mercato della piccola impresa artigiana e a diffondere l'importanza degli aspetti legati alla qualità e alla professionalità delle prestazioni.

In futuro, le associazioni potrebbero dare vita ad iniziative congiunte di promozione e comunicazione, diffondendo le buone pratiche sin qui sviluppate o proponendo forme innovative di cooperazione o integrazione.

Realtà come Maret sono pertanto da considerarsi un esempio dell'attivismo delle piccole imprese e della loro capacità imprenditoriale. Questi soggetti, a fronte della mancanza di adeguata regolazione del mercato e di equilibrate policy di settore, hanno saputo creare risposte innovative alla crisi.

L'attivismo e l'innovazione delle piccole imprese del settore non riduce tuttavia il bisogno di policy e risposte politiche adeguate alle problematiche che connotano il settore che rischia una desertificazione professionale ed uno scenario di dequalificazione.

Infatti, gli stessi punti di forza sopra elencati possono diventare elementi di debolezza in un mercato non regolamentato e poco trasparente, in cui vengano privilegiate le economie di scala o si crei i presupposti per processi di selezione avversa e azzardo morale.

3.4 Orientamenti e policy per la tutela della piccola impresa artigiana

Alla luce del valore aggiunto che le imprese artigiane hanno nel rapporto col territorio e la comunità, che non è riducibile semplicemente ai livelli di fatturato o alle dimensioni delle singole imprese, è doveroso che le istituzioni affrontino le questioni inerenti le minacce presenti nel mercato e intervengano sui punti di debolezza evidenziati in precedenza.

L'artigianato infatti è portatore di **elementi etici e sociali** che lo qualificano come **una risorsa dell'intera comunità**; le micro e piccole imprese, spesso a conduzione familiare, costituiscono la rete sociale su cui si basa il tessuto produttivo del nostro Paese.

La stessa **Unione Europea** ha riconosciuto che in un contesto che cambia a livello globale, segnato da continui mutamenti strutturali e da pressioni competitive sempre maggiori, è ulteriormente aumentata l'importanza delle piccole imprese in quanto creatrici di posti di lavoro e protagoniste nella corsa al benessere e all'innovazione nelle comunità locali e regionali.

L'UE ha preso posizione in proposito già nel giugno 2008, con una comunicazione ufficiale della Commissione intitolata "*Una corsia preferenziale per la piccola impresa- Alla ricerca di un nuovo quadro fondamentale per la Piccola Impresa*" - uno "**Small Business Act**" per l'Europa²¹.

Lo Small Business Act delinea una strategia comunitaria finalizzata a creare un contesto favorevole all'imprenditoria locale, sfruttando il potenziale di crescita e innovazione insito nelle piccole realtà produttive e tenendo conto del contributo che esse apportano all'economia nazionale e regionale in termini di crescita economica e occupazione.

Mantenendo fede al principio di sussidiarietà l'Unione delega agli Stati membri il compito di rendere operativo quanto suggerito in termini comunitari e avendo come riferimento i 10 principi fondamentali dello Small Business Act.

Small Business Act: 10 principi per sostenere la PMI in Europa

- I Dar vita a un contesto in cui imprenditori e imprese familiari possano prosperare e che sia gratificante per lo spirito imprenditoriale
- II Far sì che imprenditori onesti, che abbiano sperimentato l'insolvenza, ottengano rapidamente una seconda possibilità
- III Formulare regole conformi al principio "Pensare anzitutto in piccolo"
- IV Rendere le pubbliche amministrazioni permeabili alle esigenze delle PMI, *semplificando* le procedure
- V Adeguare l'intervento politico pubblico alle esigenze delle PMI, facilitando la partecipazione delle PMI agli appalti pubblici e usando meglio le possibilità degli aiuti di Stato per le PMI.
- VI Agevolare l'accesso delle PMI al credito e sviluppare un contesto giuridico ed economico che favorisca la puntualità dei pagamenti nelle transazioni commerciali
- VII Aiutare le PMI a beneficiare delle opportunità offerte dal mercato unico
- VIII Promuovere l'aggiornamento delle competenze nelle PMI e ogni forma di innovazione
- IX Permettere alle PMI di trasformare le sfide ambientali in opportunità
- X Incoraggiare e sostenere le PMI perché beneficino della crescita dei mercati

²¹ Com (2008) 394, Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle regioni, in data 25/6/2008.

Poiché a livello nazionale e locale i modelli di funzionamento delle PMI variano molto, così come la natura stessa di queste imprese (comprendenti artigiani, microimprese, imprese familiari, dell'economia sociale, etc.), è necessario adottare policy che tengano conto di tale diversità e sappiano valorizzarla.

Lo stesso Small Business Act prevede l'adozione di un **Codice europeo di buone pratiche per facilitare l'accesso della PMI agli appalti pubblici** al fine di garantire condizioni di parità per tutti gli operatori economici che intendano partecipare a gare di appalto.

Il Codice europeo di Buone Pratiche riconosce, tra le altre cose, la necessità di **garantire i principi di trasparenza e comunicazione** delle informazioni inerenti la gara d'appalto, e di stabilire requisiti tecnici e finanziari proporzionati alla tipologia di servizio richiesto. Inoltre, il regolamento europeo stabilisce che vengano individuate modalità efficaci per alleggerire le procedure di partecipazione alla gara e invita le commissioni aggiudicatrici a dare un maggior peso al rapporto qualità/prezzo, a discapito della rilevanza dell'offerta economica.

Alla luce degli elementi sin qui presentati, una riforma del sistema e del mercato passa necessariamente per un **riconoscimento culturale** del valore aggiunto che la PMI rappresenta per il contesto italiano, e conseguenti riscontri nelle policy attuate.

Figura 3.3. Dall'Europa al locale: orientamenti per la valorizzazione della PMI artigiana.



3.5 Strategie ed interventi per sostenere e promuovere la piccola impresa di pulizie

Come visto, a fattori endogeni al mercato accentuati dall'attuale congiuntura sfavorevole si sommano elementi di natura giuridico- normativo che richiedono un intervento delle istituzioni preposte.

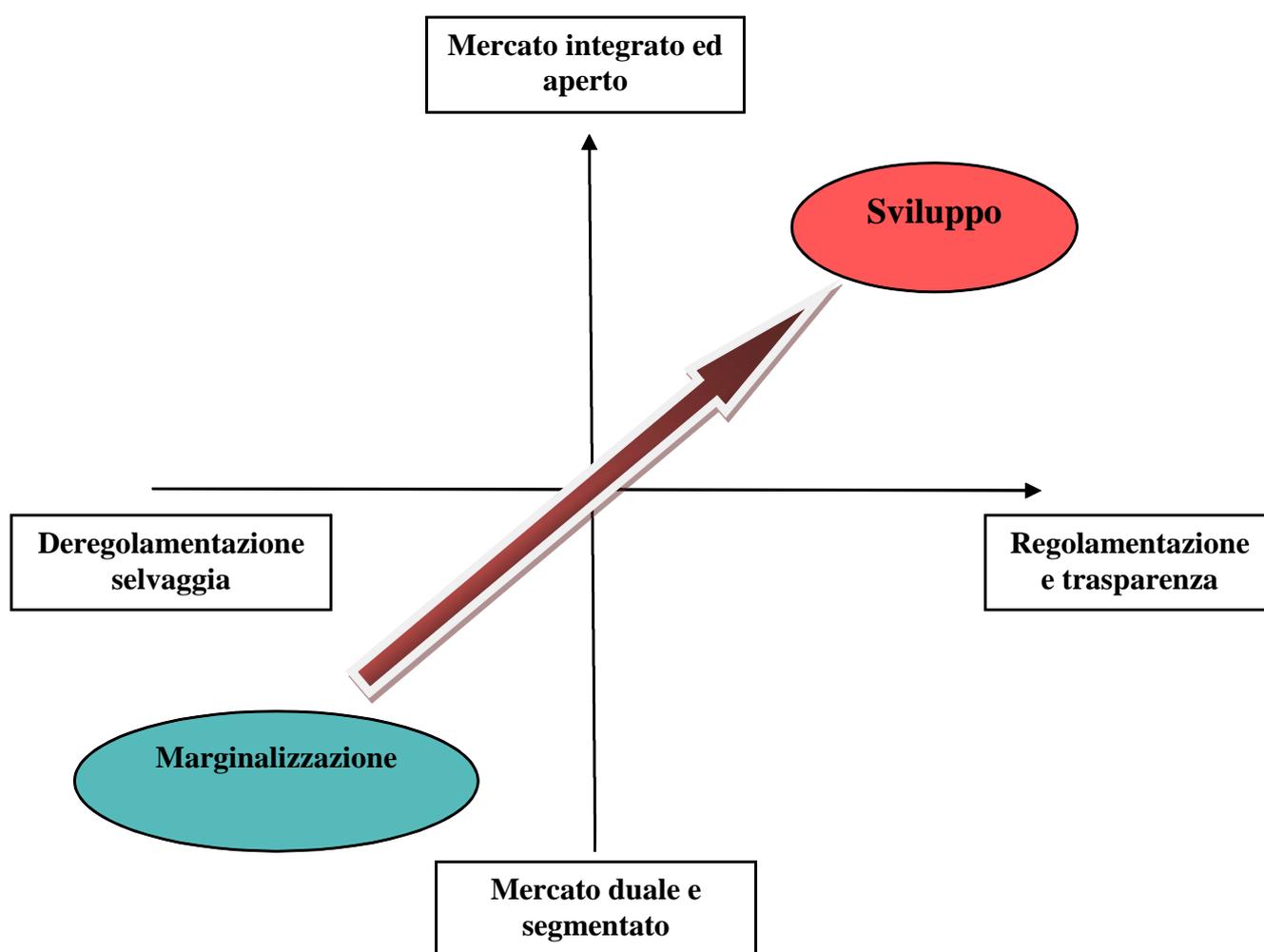
Policy adeguate potrebbero **riequilibrare il mercato**: la piccola impresa artigiana richiede che venga avviata una semplificazione del mercato che preveda un controllo effettivo della qualità reale dei competitors e dei servizi, eliminando quei fattori che discriminano le piccole realtà produttive a vantaggio di soggetti più strutturati (grandi imprese e cooperative).

Alle istituzioni vengono richiesti interventi che indirizzino le dinamiche di mercato verso una traiettoria di sviluppo, riducendo i rischi di marginalizzazione per la piccola impresa artigiana e tutelandone il posizionamento.

Gli obiettivi strategici sono essenzialmente due:

- Sostenere un'integrazione dei mercati, riducendo le barriere all'entrata in certi settori e le procedure discriminanti che provocano l'attuale segmentazione;
- Regolamentare il mercato in modo da eliminare le rendite dovute a condizioni privilegiate di alcuni soggetti e un contesto realmente aperto, competitivo e trasparente.

Figura 3.4. Orientamento delle policy per il sostegno alla PMI artigiana.



Alla luce dell'analisi condotta la piccola impresa artigiana rivendica l'urgenza di una serie di provvedimenti istituzionalizzati che diano corpo al modello di sviluppo sopra rappresentato, avendo come riferimento normativo i principi alla base dello Small Business Act dell'Unione Europea²². Tali provvedimenti possono essere sintetizzati in quattro punti.

1. Definizione di un CCNL per le imprese artigiane

Un primo intervento non più prorogabile è la definizione di un CCNL di categoria, in quanto le disposizioni previste dal contratto degli industriali sono pressoché inapplicabili dalle piccole imprese artigiane.

In merito alla contrattazione in corso per il rinnovo del vecchio CCNL, scaduto ormai dal 2004, è necessario tener conto delle differenze strutturali tra imprese artigiane e industrie, e il diverso contesto organizzativo.

Il contratto collettivo regionale in Veneto

Consapevoli che la mancanza di un CCNL rischiava di paralizzare il settore e delle difficoltà della contrattazione a livello nazionale, la Confartigianato Veneto, assieme alle altre organizzazioni artigiane e le tre sigle sindacali della categoria imprese di pulizia hanno raggiunto un accordo regionale, unico nel panorama italiano che assicura ai dipendenti veneti un trattamento economico di garanzia (in altre parole un adeguamento salariale non più assicurato dal CCNL) e nel contempo rivitalizza il sistema regionale puntando sul salario di produttività e sulla bilateralità (EBAV) cui aderiscono oltre 500 imprese e 3.500 lavoratori del settore²³.

2. Riforma delle procedure di gara per appalti pubblici

Altro aspetto da riformare è la procedura di affidamento delle gare di appalto pubblico garantendo un'osservanza di quanto stabilito dalla "circolare Bonino"²⁴ sui principi da applicare, da parte delle stazioni appaltanti, nella scelta dei criteri di selezione e di aggiudicazione di un appalto pubblico di servizi.

Con questo provvedimento il Governo invita le stazioni appaltanti a rispettare quanto stabilito a livello comunitario in merito alla **distinzione tra criteri di idoneità**, ovvero di "selezione dell'offerente", e **criteri di aggiudicazione** e quindi di "selezione dell'offerta".

²² Lo "Small Business Act" fa riferimento alle imprese di piccola e media dimensione. Secondo i parametri europei, rientrano nell'universo della Media Impresa quelle aziende che hanno un massimo di 249 addetti a tempo, un fatturato annuo non superiore ai 50 milioni di euro o un totale di bilancio che non superi i 43 milioni di euro, la Piccola Impresa non può avere più di 50 dipendenti e un fatturato di superiore ai 10 milioni, mentre le Micro Imprese sono aziende con un massimo di 10 dipendenti e un fatturato annuo inferiore o uguale a 2 milioni di euro (Raccomandazione della Commissione Europea, n.° 361, 6 maggio 2003; DG per le Imprese e l'Industria, *La nuova definizione di PMI- guida dell'utente e modello di dichiarazione*, 2006).

Alla luce di quanto emerso dall'analisi di settore e in riferimento al tessuto produttivo italiano, occorre tener presente che le policy e gli interventi qui suggeriti hanno come riferimento imprese di dimensione estremamente ridotte, che per dimensione e fatturato sono assai lontane dai parametri europei delle Media Impresa.

Ricordiamo che l'impresa artigiana di pulizie 'tipo', che costituisce la forma d'organizzazione aziendale più diffusa nel settore, ha una media di 3 dipendenti e un fatturato medio di € 125.135.

²³ Confartigianato imprese Veneto, *Prosegue a pieno ritmo il road-show delle imprese di pulizia*, su La Federazione-informativa quotidiana dell'attività regionale, 7 marzo 2012.

http://www.confartigianatovicenza.it/images/sala_stampa/comunicati/com_ve_20120307_impresе_pulizia.pdf

²⁴ Circolare del Presidente del Consiglio dei Ministri, 1 marzo 2007.

Le procedure di affido, oltre che soggette ad evidenza pubblica, dovrebbero essere epurate da quei requisiti formali che non sono strettamente determinanti la capacità del soggetto concorrente di adempiere agli oneri contrattuali.

Secondo quanto stabilito dal Codice Europeo di Buone pratiche i requisiti devono essere proporzionali all'appalto, e le procedure devono essere meno pesanti e costose. Ad esempio, si potrebbe evitare di richiedere la presentazione di certificati di idoneità a quei soggetti che li hanno già presentati in contesti di gara simili, e da cui non sia trascorso molto tempo.

Ma il fatto più grave sembra essere l'imposizione dell'adozione del CCNL come requisito necessario alla partecipazione di alcuni appalti pubblici: la mancanza di un contratto nazionale di fatto esclude le PMI artigiane dal mercato della pubblica amministrazione.

È necessario adeguare il contesto normativo italiano a quello europeo garantendo alle imprese artigiane un mercato equilibrato ed aperto.

Un passo fondamentale appare l'applicazione dei principi sanciti dallo Small Business Act, e il riconoscimento delle reti di impresa come possibili competitors in gare di appalto.

3. Tutela e certificazione della qualità.

Le procedure di certificazione di qualità attualmente in atto non tutelano adeguatamente la piccola impresa artigiana, in quanto si tratta di requisiti procedurali di natura formale (ISO 9001) che poco o nulla dicono sulla qualità sostanziale del servizio e sulla professionalità e competenza degli operatori.

Si denuncia una lacuna di strumenti in grado di monitorare, in modo oggettivo e garantito, lo standard delle prestazioni.

Un modo per sopperire a questa mancanza potrebbe essere l'introduzione di un controllo periodico dei requisiti di onorabilità, e un maggior controllo del rapporto ore di lavoro/offerta economica nelle gare di appalto.

Le iniziative di Confartigianato per la riqualificazione aziendale e per la trasparenza del mercato: l'esperienza di 'Impresa affidabile' e del "Pulitore qualificato"

La Confartigianato Veneto ha intrapreso un percorso di riqualificazione del settore attraverso il progetto "Impresa affidabile", finalizzato a fronteggiare le distorsioni del mercato e diffondere una nuova cultura del fare impresa basata sulla qualità del servizio e la trasparenza delle informazioni.

Secondo Stefano Rampazzo, membro del Consiglio Direttivo Nazionale di Confartigianato, è fondamentale che si intervenga per un riposizionamento delle imprese di pulizia sul mercato: perché ciò avvenga è necessario promuovere tra i clienti finali il valore della qualità del servizio e della serietà delle imprese a cui essi affidano le proprie commesse.

Oltre che definire una serie di attività comuni per tutelare il ruolo della piccola impresa nel settore pulizie, il progetto "Impresa affidabile" prevede la realizzare di un codice di comportamento per le imprese che operano in questo settore: tale disciplinare potrebbe essere una buona base su cui costruire un sistema di certificazione della qualità sostanziale dell'impresa e degli attori che si propongono sul mercato²⁵.

Altra esperienza meritevole di menzione è la certificazione di "Pulitore qualificato" ideata dall'Associazione Artigiani di Bergamo nel 1995, che viene riconosciuta alle imprese il cui personale- sia i titolari o i manager dell'impresa, sia gli operatori e i tecnici- partecipano ad un percorso formativo specifico destinato a chi presta servizi di pulizia. Negli anni l'attestato di "Pulitore qualificato" è divenuto per le imprese del settore simbolo di qualificazione e competenza professionale ed una garanzia per il cliente che, nel rivolgersi ad aziende accreditate, sa di scegliere un servizio di qualità secondo i più moderni ed efficaci sistemi di pulizia²⁶.

²⁵ UPA Padova, *Verso il codice di comportamento*,

http://www.confartigianatovicenza.it/images/sala_stampa/comunicati/com_ve_20120307_impresa_pulizia.pdf

²⁶ Associazione Artigiani Bergamo, <http://www.pointart.it/it-IT/servizio.html>

4. Regolamentazione del mercato e semplificazione burocratica.

La liberalizzazione del mercato e la futura abolizione del requisito di onorabilità, rischiano di provocare un decadimento della qualità a favore di una politica concorrenziale basata sul ribasso delle tariffe; ciò dequalificherebbe il settore invalidando gli asset di qualità e cura che, come si è visto, caratterizzano la piccola impresa artigiana per sua natura.

Il rischio è un peggioramento complessivo delle condizioni del lavoro e la comparsa sul mercato di *competitors* poco qualificati ma altamente competitivi sul piano tariffario.

Le piccole imprese artigiane potrebbero trarre un concreto giovamento dall'attuazione di policy che, riconoscendone il valore sociale e il peso che esse hanno nel tessuto produttivo locale, alleggeriscano il peso delle procedure burocratiche senza però deregolamentare totalmente il mercato. Ciò che serve non è un mercato di concorrenza selvaggia, ma maggior trasparenza e garanzie di concorrenza reale.

La trasparenza deve riguardare sia i bandi di gara, attraverso una maggior diffusione delle procedure elettroniche (come suggerito nel Codice Europeo di Buone Pratiche) sia le informazioni in merito alle tariffe praticate, ai servizi e alla titolarità delle imprese.

Inoltre, le policy devono garantire un'equa distribuzione delle quote di mercato tra piccola e grande impresa: in questo senso può essere corretto pensare ad un meccanismo che, pur garantendo il rispetto dei criteri di libera concorrenza, riconosca all'artigianato una quota di mercato sicura da gestire attraverso bandi di gara ristretti alle sole imprese artigiane, o da destinare a consorzi o ATI di imprese artigiane.

Figura 3.5. Sintesi delle proposte di policy



Appendice

Estratto della “Nota Tecnica” dello Studio di Settore VG70U (Evoluzione dello Studio di Settore UG70U) - Imprese di pulizia
Descrizione dei cluster

Cluster 1 - Imprese specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori

Numero di imprese: 155

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori (86% dei ricavi). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese/enti privati/studi professionali (59% dei ricavi). Inoltre una parte delle imprese si rivolge alla pubblica amministrazione e/o enti pubblici (70% dei ricavi nel 37% dei casi). Si tratta di società (51% di capitali e 12% di persone) e ditte individuali (37% dei casi); si rileva la presenza di 14 addetti, di cui 13 dipendenti. I locali destinati ad uso ufficio misurano 22 mq. La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 6 aspirapolveri/aspiraliquidi (63% dei casi), 6 monospazzole (41%), 5 battitappeto/lavamoquettes (41%), 3 lavasciuga con operatore a terra (37%) e 2 idropultrici (31%).

Cluster 2 - Imprese specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni

Numero di imprese: 9.827

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella pulizia di condomini/abitazioni (78% dei ricavi). La clientela è rappresentata in prevalenza da condomini (76% dei ricavi) e da imprese/enti privati/studi professionali (14%). Si tratta prevalentemente di ditte individuali (74% dei casi); si rileva la presenza di 2 addetti. La dotazione di beni strumentali si compone di 2 aspirapolveri/aspiraliquidi (62% dei casi) e 2 monospazzole (33%).

Cluster 3 - Imprese specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali

Numero di imprese: 893

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella pulizia di stabilimenti/reparti industriali (78% dei ricavi). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese/enti privati/studi professionali (82% dei ricavi). Si tratta di società (31% di capitali e 20% di persone) e ditte individuali (49% dei casi); si rileva la presenza di 6 addetti, di cui 5 dipendenti. La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 4 aspirapolveri/aspiraliquidi (64% dei casi), 2 monospazzole (41%), 2 lavasciuga con operatore a terra (38%), 2 idropultrici (37%) e 3 battitappeto/lavamoquettes (33%).

Cluster 4 - Imprese di pulizia organizzate in forma cooperativa

Numero di imprese: 767

Le imprese appartenenti al cluster effettuano prevalentemente pulizia di uffici/negozi/scuole (39% dei ricavi) e pulizia di condomini/abitazioni (22%). Inoltre una parte delle imprese si occupa di pulizia di stabilimenti/reparti industriali (25% dei ricavi nel 24% dei casi), manutenzione ordinaria di immobili (12% nel 21%), pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori (18% nel 18%), pulizia di centri commerciali (26% nel 13%), facchinaggio (26% nel 12%) e altri servizi (42% nel 50%). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese/enti privati/studi professionali (44% dei ricavi) e condomini (21%). Inoltre una parte delle imprese si rivolge alla pubblica amministrazione

e/o enti pubblici (36% dei ricavi nel 41% dei casi) e alle imprese multiservizi o consorzi (45% nel 30%). Si tratta di cooperative con 22 addetti di cui 20 dipendenti. I locali destinati ad uso ufficio misurano 37 mq. La dotazione di beni strumentali si compone di 9 aspirapolveri/aspiraliquidi (66% dei casi), 4 monospazzole (50%), 4 lavasciuga con operatore a terra (46%), 5 battitappeto/lavamoquettes (41%) e 2 idropultrici (39%).

Cluster 5 - Imprese di medie dimensioni

Numerosità: 653

Le imprese appartenenti al cluster effettuano prevalentemente pulizia di uffici/negozi/scuole (50% dei ricavi) e pulizia di condomini/abitazioni (12%). Inoltre una parte delle imprese si occupa di pulizia di stabilimenti/reparti industriali (19% dei ricavi nel 40% dei casi), pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori (12% nel 21%), pulizia di centri commerciali (25% nel 17%) e altri servizi (37% nel 46%). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese/enti privati/studi professionali (64% dei ricavi) e condomini (12%). Inoltre una parte delle imprese si rivolge alla pubblica amministrazione e/o enti pubblici (23% dei ricavi nel 48% dei casi) e ai privati (15% nel 30%). Si tratta prevalentemente di società (65% di capitali e 21% di persone); si rileva la presenza di 22 addetti, di cui 21 dipendenti. I locali destinati a uso magazzino misurano 97 mq, quelli destinati a uso ufficio 64 mq. La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 13 aspirapolveri/aspiraliquidi, 6 battitappeto/lavamoquettes, 4 monospazzole, 3 lavasciuga con operatore a terra e 1 idropultrice. Inoltre sono presenti 2 motospazzatrici con operatore a terra (36% dei casi), 2 decespugliatori (36%), 3 lucidatrici (35%), 1 impalcatura a castello (34%) e 2 tosaerba (31%).

Cluster 6 - Imprese di grandi dimensioni operanti prevalentemente per appalto pubblico

Numerosità: 60

Le imprese appartenenti al cluster effettuano prevalentemente pulizia di uffici/negozi/scuole (57% dei ricavi). Inoltre una parte delle imprese si occupa di pulizia di strutture ospedaliere/ambulatori/laboratori (29% dei ricavi nel 33% dei casi) e altri servizi (32% nel 52%). La clientela è rappresentata in prevalenza dalla pubblica amministrazione e/o enti pubblici (76% dei ricavi) e da imprese/enti privati/studi professionali (16%). Le imprese appartenenti al cluster presentano una percentuale rilevante di ricavi derivanti da appalti pubblici (79% dei ricavi). Si tratta prevalentemente di società di capitali (85% dei casi); si rileva la presenza di 71 addetti, di cui 69 dipendenti. I locali destinati ad uffici misurano 107 mq, quelli destinati a uso magazzino 88 mq. La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 16 aspirapolveri/aspiraliquidi, 10 battitappeto/lavamoquettes, 7 monospazzole, 3 lavasciuga con operatore a terra e 2 idropultrici. Inoltre sono presenti 6 lucidatrici (50% dei casi), 5 decespugliatori (48%), 2 motospazzatrici con operatore a terra (45%), 3 tosaerba (43%), 2 impalcature a castello (37%) e 2 nebulizzatori a turbina (37%).

Cluster 7 - Imprese di grandi dimensioni

Numerosità: 151

Le imprese appartenenti al cluster effettuano prevalentemente servizi di pulizia di uffici/negozi/scuole (51% dei ricavi), pulizia di stabilimenti/reparti industriali (13%) e pulizia di condomini/abitazioni (11%). Inoltre una parte delle imprese si occupa di pulizia di centri commerciali (24% dei ricavi nel 30% dei casi). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese/enti privati/studi professionali (66% dei ricavi). Inoltre una parte delle imprese si rivolge alla pubblica amministrazione e/o enti pubblici (18% dei ricavi nel 54% dei casi), ai condomini (16% nel 54%) e alle imprese multiservizi o consorzi (38% nel 33%). Si tratta prevalentemente di

società di capitali (89% dei casi); si rileva la presenza di 84 addetti, di cui 81 dipendenti. I locali destinati a uso magazzino misurano 242 mq, quelli destinati a uso ufficio 171 mq. La dotazione di beni strumentali si compone prevalentemente di 33 aspirapolveri/aspiraliquidi, 19 battitappeto/lavamoquettes, 10 monospazzole, 7 lavasciuga con operatore a terra e 3 idropultrici. Inoltre sono presenti 2 motospazzatrici con operatore a terra (52% dei casi), 2 decespugliatori (47%), 4 lavasciuga con operatore a bordo (46%), 2 motospazzatrici con operatore a bordo (44%), 2 impalcature a castello (43%), 2 tosaerba (41%) e 7 lucidatrici (40% dei casi).

Cluster 8 - Imprese operanti prevalentemente per appalto pubblico

Numerosità: 332

Le imprese appartenenti al cluster effettuano prevalentemente pulizia di uffici/negozi/scuole (61% dei ricavi) e altri servizi (65% dei ricavi nel 39% dei casi).

La clientela è rappresentata quasi esclusivamente dalla pubblica amministrazione e/o enti pubblici (95% dei ricavi). Le imprese appartenenti al cluster presentano una percentuale rilevante di ricavi derivanti da appalti pubblici (96% dei ricavi). Si tratta di ditte individuali (53% dei casi) e società (34% di capitali e 13% di persone); si rileva la presenza di 7 addetti, di cui 6 dipendenti. La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 5 aspirapolveri/aspiraliquidi (57% dei casi) e 3 monospazzole (30%).

Cluster 9 - Imprese specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali

Numerosità: 5.841

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella pulizia di uffici/scuole/negozi/centri commerciali (72% dei ricavi). Inoltre una parte delle imprese si occupa di pulizia di condomini/abitazioni (20% dei ricavi nel 59% dei casi). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese/enti privati/studi professionali (77% dei ricavi). Si tratta di ditte individuali (64% dei casi) e società (21% di persone e 15% di capitali); si rileva la presenza di 3 addetti.

La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 3 aspirapolveri/aspiraliquidi. Inoltre sono presenti 2 monospazzole (48% dei casi), 3 battitappeto/lavamoquettes (44%), 2 lavasciuga con operatore a terra (33%) e 1 idropultrice (32%).

Cluster 10 - Imprese specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili

Numerosità: 222

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella manutenzione ordinaria di immobili (83% dei ricavi).

La clientela è rappresentata in prevalenza da condomini (55% dei ricavi) ed imprese/enti privati/studi professionali (30%).

Si tratta di ditte individuali (67% dei casi) e società (18% di persone e 15% di capitali); si rileva la presenza di 4 addetti.

La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 2 aspirapolveri/aspiraliquidi. Inoltre sono presenti 2 monospazzole (43% dei casi), 3 battitappeto/lavamoquettes (36%).

Cluster 11 - Imprese specializzate nella manutenzione di aree verdi

Numerosità: 142

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella manutenzione di aree verdi (89% dei ricavi).

La clientela è rappresentata da condomini (60% dei ricavi nel 52% dei casi), imprese/enti privati/studi professionali (50% nel 49%), pubblica amministrazione e/o enti pubblici (76% nel 40%) e privati (26% nel 33%).

Si tratta di ditte individuali (56% dei casi) e società (24% di capitali e 20% di persone); si rileva la presenza di 3 addetti.

La dotazione di beni strumentali si compone normalmente di 1 decespugliatore e 1 tosaerba.