

## La specializzazione delle imprese fattore competitivo nel mercato

I dati a consuntivo sull'andamento del mercato delle costruzioni nel Veneto hanno evidenziato per il 2007 il raggiungimento di una soglia massima di investimenti di 19 miliardi di euro, dopo una lunga stagione di crescita che ha tuttavia fatto registrare un recente rallentamento. I primi segnali si sono avuti nel 2003, con la forte dinamica negativa della nuova costruzione non residenziale. Negli anni seguenti altre dinamiche negative si sono sommate, in particolare nei settori delle opere pubbliche e del non residenziale pubblico. Nel 2006 il settore delle costruzioni nel Veneto ha attivato investimenti per circa 16 miliardi di euro, ai quali vanno aggiunti quasi altri 3 miliardi di manutenzioni ordinarie, per un settore che vale dunque complessivamente circa 19 miliardi. Nel 2007 la produzione ha sostanzialmente confermato questo valore. La nuova costruzione e le nuove opere del genio civile rappresentano il 55% del mercato, con una diminuzione di due punti percentuali rispetto all'anno precedente, il che evidenzia una ripresa di quote di mercato del recupero, che negli anni passati era sceso ai minimi storici, spinto al ribasso dalle grandi azioni di nuova realizzazione non residenziale prima e residenziale poi, che hanno caratterizzato l'ultimo decennio di mercato. E' molto significativo osservare che in una dinamica congiunturale in sostanziale

stagnazione, il settore imprenditoriale invece continua a dimostrare una certa vitalità, in particolare relativamente alla nascita di nuove imprese e alla trasformazione del sistema imprenditoriale delle costruzioni verso un sistema più strutturato e in grado di rispondere in modo più specifico alle esigenze del mercato. Nel 2007 le imprese complessivamente sono cresciute del 2,5%, contro il 3,8% dell'anno precedente, superando la soglia di 72mila imprese attive, delle quali l'82,8% imprese artigiane. L'occupazione si è ulteriormente consolidata, ma con una crescita dell'occupazione dipendente contro una diminuzione di quella indipendente. I dati presentati in queste pagine rappresentano le risposte che un campione di imprese e di addetti iscritti alla CEAV hanno fornito con la nostra indagine annuale, che ha lo scopo di verificare le attese e le percezioni delle imprese artigiane dell'e-



Sergio Benetello



Giuliano Pizzo

dilizia rispetto ai cambiamenti del mercato. E il quadro che emerge è confortante dal punto di vista delle strategie messe in atto. A fronte di una stagnazione del mercato le imprese cercano di trovare al loro interno le risorse per una crescita e per una maggiore competitività, ad esempio attraverso una migliore gestione dei mezzi di produzione e dell'organizzazione di impresa.

Queste tendenze sono particolarmente importanti per il settore artigiano, che oggi rappresenta in questo contesto un vero protagonista del sistema dell'offerta nel mercato delle costruzioni nel Veneto. La CEAV in Veneto rappresenta 5.800 imprese e 15.400 addetti, è dunque un osservatorio privilegiato attraverso il quale studiare cosa sta accadendo al sistema delle imprese e indicare quali strategie stanno mettendo in atto quelle più competitive per seguire e anticipare il mercato.

E' in questo ambito che si inseriscono i risultati comparati delle indagini che la CEAV ha realizzato fin dal 2001 presentati in queste pagine. Speriamo che tale osservatorio possa essere di stimolo per una crescita qualitativa del sistema delle imprese artigiane dell'edilizia, per essere sempre più competitive e reggere le sfide che impone oggi il mercato.

**Sergio Benetello**, Presidente  
**Giuliano Pizzo**, Vicepresidente

# Un'indagine per rilevare strategie e aspettative delle imprese

L'indagine sul sistema delle imprese artigiane dell'edilizia iscritte alla CEAV ha avuto la sua prima edizione nel 2001, quando la Cassa ha promosso la prima indagine regionale sul mercato delle costruzioni nel Veneto. In quella occasione fu elaborato un questionario che ha rappresentato poi la base per le indagini successive e che, nella parte generale, è sostanzialmente rimasto immutato, mentre ogni anno cambiano le sezioni di approfondimento.

L'osservazione dei dati, in forma comparativa laddove possibile, consente sia di fotografare lo "stato di salute" delle imprese associate alla CEAV, ma anche di rilevare quali strategie e quali strumenti le imprese arti-

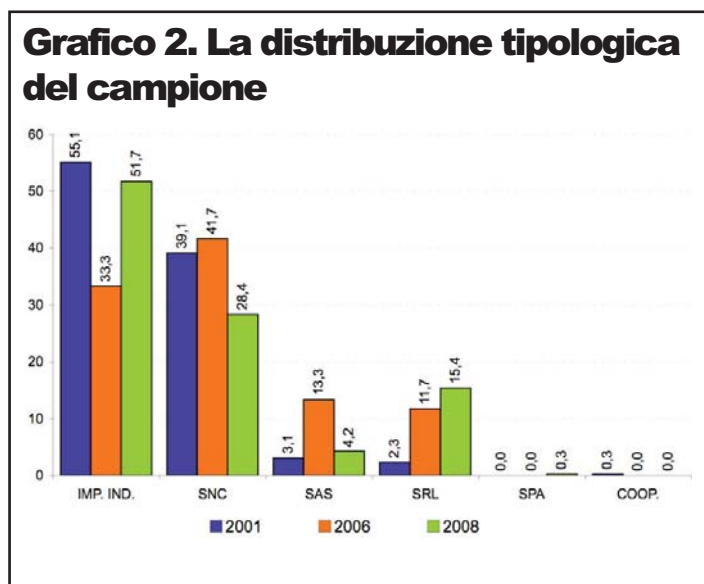
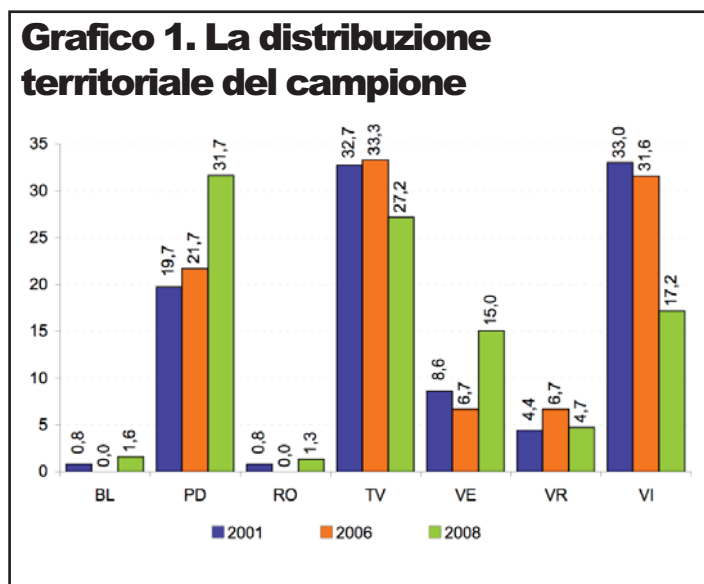
giane stanno mettendo in atto per affrontare il mercato.

In particolare, rimandando al sito [www.ceav.it](http://www.ceav.it) per i dati completi relativi alle indagini questionnaire del 2008 (imprese ed addetti), in queste pagine sono messi a confronto i risultati dell'ultima indagine con quelli relativi al 2001 ed al 2006.

La scelta di mettere a confronto i risultati di queste tre indagini deriva dalla possibilità di osservare sia in un'ottica di lungo periodo (2001-2008), sia di breve periodo (2006-2008) le tendenze delle imprese. Ciò rende possibile disegnare anche l'evoluzione di alcune tematiche legate alle strategie delle imprese e ai cambiamenti strategici che le imprese hanno messo in atto negli ultimi anni.

Va ovviamente puntualizzato un fattore molto importante per l'interpretazione dei dati: quando si realizzano indagini questionnaire di questo tipo (è stato utilizzato l'invio postale ed è stata effettuata la raccolta delle risposte sulla base della disponibilità delle imprese a rispondere e a inviare per fax i questionari compilati) il rischio è sempre quello di interpretare i dati come assoluti, quando invece rappresentano esclusivamente le opinioni del campione intervistato, che non è ovviamente rappresentativo di tutto l'universo delle imprese, ma solo di quelle intervistate.

Ecco dunque che è fondamentale innanzitutto definire la composizione del campione e evidenziarne la rappresentatività.



Le indagini qui presentate sono state realizzate nel primo trimestre del 2008, nel 2006 e nel 2001. Nel 2008 sono state coinvolte complessivamente 482 imprese e 1051 addetti. Il campo di osservazione del 2006 è pari a 476 imprese e 256 addetti, mentre l'indagine realizzata nel 2001 aveva interessato solo le imprese (e non gli addetti) per un totale di 385 questionari validi. In tutti e tre i casi le indagini hanno permesso di rilevare dati e opinioni delle imprese iscritte

alla CEAV e in particolare di quelle maggiormente strutturate. Come si può notare dal confronto dei dati riferiti ai tre campioni di imprese, emerge che l'indagine del 2008 risulta più distribuita (e dunque tendenzialmente più omogenea) a livello territoriale, in particolare rispetto all'indagine del 2006.

La distribuzione per tipologia di impresa evidenzia un significativo incremento delle imprese strutturate (in particolare le SRL) e tale dato è

particolarmente interessante, in relazione ai risultati del 2008, in quanto la distribuzione percentuale nelle diverse tipologie si avvicina di più alle medie del settore rispetto all'indagine del 2006, che aveva una percentuale minore di imprese individuali. E' evidente che le imprese più strutturate sono quelle più attente alle dinamiche e ai segnali che provengono dal mercato, al punto che è indubbio che vi sia da parte loro una maggiore volontà di partecipazione all'indagine.

# La Cassa Edile Artigiana Veneta: 5.786 imprese e 15.431 addetti

**N**el 2007 la CEAV ha rappresentato un universo di 5.786 imprese (+11,4% rispetto all'anno precedente), di cui 1.528 condotte da extracomunitari (+58,5%) e che rappresentano il 26,4% del totale delle imprese iscritte. In termini di addetti la CEAV nel 2007 ha avuto 15.431 iscritti (+10,1%), di cui 8.085 extracomunitari (+16,6% sul 2006) e che rappresentano il 52,4% del totale degli iscritti. Si evidenzia già da questi dati un peso significativo sia dell'imprenditoria immigrata, che degli addetti immigrati. Ma il dato più interessante è quello relativo all'aumento degli occupati iscritti rispetto all'aumento delle imprese. Infatti osservando i dati nel lungo periodo, tra il 2001 e il 2007 le imprese iscritte sono cresciute del 64,3% e gli addetti del

78,8%, e valutando il numero medio di addetti per impresa si evidenzia un aumento da 2,4 a 2,7. E' un dato tendenziale significativo verso una maggiore strutturazione del settore. E proprio in questo senso è interessante notare come il campione di imprese che hanno risposto ai questionari si presenti particolarmente strutturato: solo il 41,4% delle imprese ha da 1 a 2 addetti. Segue un 33,9% di imprese con 3-5 addetti e poi un ulteriore 17,1% di imprese da 6 a 9 addetti. Le imprese più strutturate (10 e più addetti) rappresentano il 7,5% del

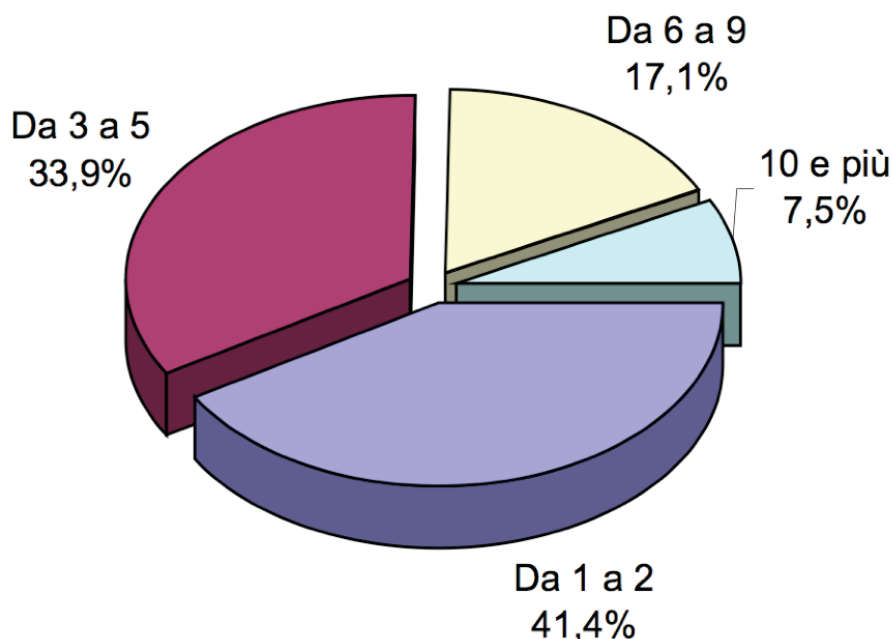
totale delle imprese intervistate. E' evidente che il campione intervistato non essendo stratificato non può essere rappresentativo di tutto il sistema imprenditoriale artigiano dell'edilizia. In ogni caso l'elevato nume-

## Imprese e addetti iscritti alla CEAV

	2001	2007	var. %
Imprese	3.521	5786	64,3
Addetti	8.630	15431	78,8
addetti per impresa	2,4	2,7	

ro di questionari permette di affermare che le opinioni rilevate rappresentano in modo esaustivo un campione significativo di imprese artigiane più strutturate della media di settore.

## Caratteristiche strutturali delle imprese intervistate (numero di addetti per impresa)



# I modelli operativi nel mercato

L'analisi degli ambiti di mercato delle imprese intervistate restituisce un quadro dettagliato delle capacità delle imprese di operare in ambiti territoriali specifici.

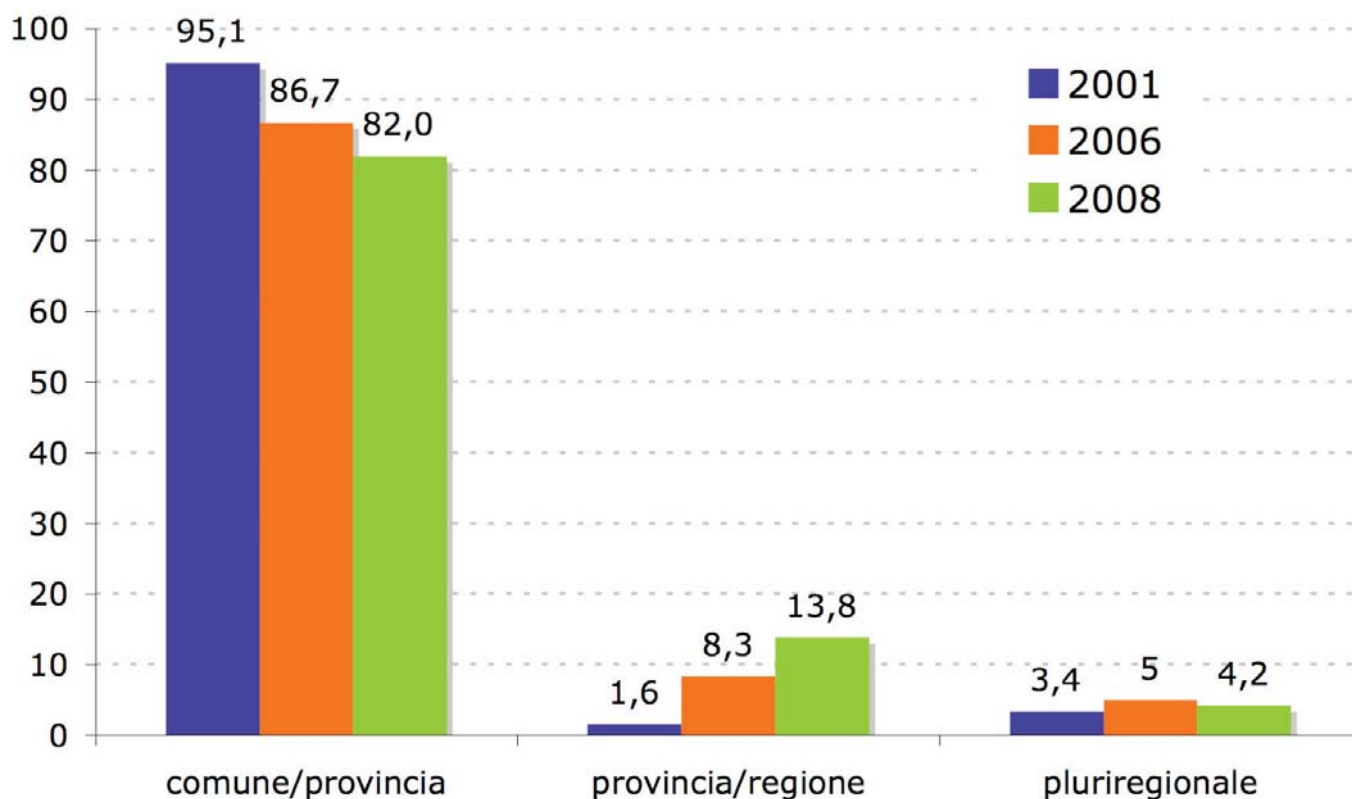
L'indagine 2008 ha messo in evidenza che le imprese intervistate si orientano nell'82% dei casi su ambiti di mercato comunali e provinciali, per il 13,8% su mercati più allargati (altre province e regione) e per il 4,2% su mercati anche pluriregiona-

li. L'osservazione e la comparazione dei dati relativi alle indagini precedenti evidenzia peraltro un interessante trend, che riguarda l'allargamento degli ambiti di riferimento.

Infatti diminuisce dal 95,1% del 2001 all'86,7% del 2006 all'82% del 2008 la percentuale di riferimento rispetto ai mercati comunali e provinciali e sale significativamente dall'1,6% del 2001 all'8,3% del 2006 fino al 13,8% del 2008 il mercato pluriprovinciale e regionale.

Questa dinamica può essere interpretata da un lato come una ricerca di nuovi mercati e di nuovi ambiti di riferimento per le imprese, soprattutto per fattori legati alla concorrenza, da un altro anche con la maggiore specializzazione delle imprese, che ovviamente allarga l'area di mercato anche in ambiti territoriali dapprima più vicini (province) e poi via via più lontani (regione).

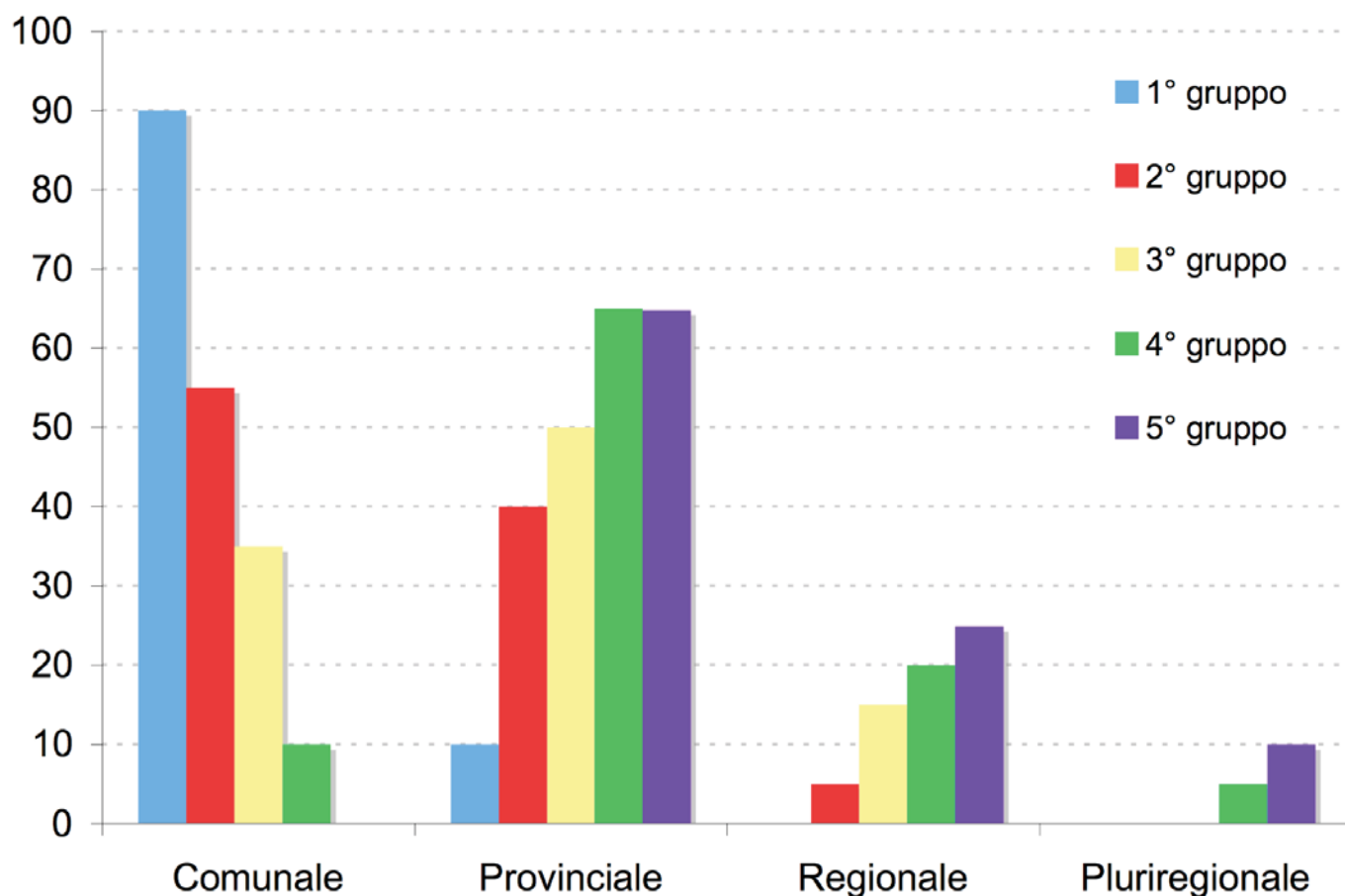
**Grafico 3. Gli ambiti di mercato delle imprese artigiane dell'edilizia (%)**



Per quanto riguarda nel dettaglio gli ambiti dei mercati di riferimento, le imprese del campione possono essere divise in cinque grandi gruppi, corrispondenti a cinque diversi modelli operativi:

- o il primo modello, che corrisponde al 21% del campione intervistato, concentra la propria attività al 90% in ambito comunale e per un 10% in ambito provinciale; è dunque il modello classico delle piccole imprese operanti nei mercati locali e fortemente radicate nel proprio territorio;
- o il secondo gruppo, che corrisponde al 18% del campione intervistato, ha come ambito di riferimento per il 55% il mercato locale e per un ulteriore 40% il mercato provinciale, riservandosi una quota del 5% per l'ambito regionale; si tratta di imprese ben radicate nel territorio che offrono servizi specializzati in grado di proiettarle saltuariamente anche oltre l'ambito strettamente locale e provinciale;
- o il terzo gruppo, che rappresenta il 10% delle imprese intervistate, presenta un ambito geografico meno concentrato e distribuito in modo più consistente in ambito provinciale; si tratta di imprese che fanno della specializzazione uno dei fattori competitivi con i quali affrontare il mercato;
- o il quarto gruppo che corrisponde al 24% del campione, orienta la propria attività in un ambito di mercato il più possibile allargato, dal 10% del mercato comunale al 65% di quello provinciale al 20% a livello regionale e per un 5% anche a livello pluriregionale; sono imprese in grado di affrontare tutti i mercati grazie alla loro capacità organizzativa e struttura imprenditoriale;
- o il quinto gruppo, che riguarda il 27% delle imprese intervistate, è il gruppo che esprime la maggior capacità di andare sui mercati allargati in senso territoriale, presentando le caratteristiche tipiche delle imprese fortemente specializzate, sia di piccola che di media dimensione.

**Grafico 4. Distribuzione territoriale del mercato: i modelli territoriali operativi delle imprese**



# Imprese e mercato: andamenti, previsioni, attese e strategie

Quali sono le attese, le percezioni e soprattutto le strategie che le imprese adottano in un mercato in rallentamento? Le risposte che giungono dai questionari evidenziano un quadro quanto mai interessante. Le imprese dimostrano di mantenere negli anni una diversificazione strategica del mercato, rispetto alle tipologie di

lavori. Quasi il 50% dell'attività è rivolta all'edilizia residenziale di nuova costruzione, per un altro 30% circa al recupero e alle ristrutturazioni residenziali, per un 11% al settore dell'edilizia industriale/artigianale e per il rimanente (uffici, terziario, commercio) un altro 5% circa. Gli appalti pubblici rappresentano solo il 5,3% del totale. Molto interessante con-

frontare il dato dell'indagine precedente che evidenziava nel 2004 un fatturato da edifici industriali/artigianali pari al 16% del totale del fatturato. E' evidente che la contrazione degli investimenti nel settore ha condizionato le imprese, che pur mantenendo una quota pari all'11% in questo settore, hanno riorientato la loro attività su altri portafogli ordini.

## I mercati di riferimento

mercati di riferimento	% fatturato 2006	% fatturato 2007
1 - nuova costruzione residenziale	48,36%	48,55%
2 - ristrutturazioni residenziali	30,10%	29,75%
3 - edilizia industriale/artigiana	11,07%	10,82%
4 - uffici/terziario	2,31%	2,77%
5 - edilizia commerciale	2,75%	2,79%
6 - appalti pubblici	5,40%	5,32%

Di fronte a questo quadro e a queste dinamiche le aspettative delle imprese propongono ancora una volta una diversificazione significativa tra attese del mercato e percezione delle proprie capacità. Le risposte alle domande relative alle aspettative sull'andamento del mercato nel complesso e in particolare sull'andamento previsto per l'attività della propria impresa, confermano, pur in una dinamica negativa, che le imprese confidano molto nelle proprie capacità e potenzialità. Con riferimento al mercato complessivo del 2008, le imprese hanno dichiarato solo nell'1% dei casi di vedere una forte crescita, mentre il 5% vede il mercato in crescita e oltre il 10% delle imprese lo vede in debole crescita.

Circa un 30% delle imprese vede il mercato stabile. Sostanzialmente il giudizio positivo sulla tenuta e sulla crescita in alcuni casi del mercato raggiunge la quota del 47% delle imprese. Poco più del 27% delle imprese ha previsto invece per il 2008 un mercato in lieve diminuzione, mentre un quarto di tutte le imprese intervistate ha indicato che il 2008 sarà un anno in forte diminuzione. Questi dati, che rappresentano il sentimento delle imprese e dunque una buona proxy, ovvero una buona approssimazione delle attese complessive sul mercato delle costruzioni, se confrontati con i dati relativi alle attese per l'andamento dell'attività della propria azienda evidenziano alcune differenze particolarmente

significative. Se infatti cresce poco la percentuale delle imprese in forte crescita, complessivamente la quota di imprese in crescita o stabili sale di circa 10 punti percentuali, dato che le imprese con fatturato atteso in crescita sono quasi l'8%, quelle in crescita debole oltre il 12% e quelle stabili ben oltre il 35%. In sostanza, pur con una riduzione rispetto allo scarto "positivo" registrato due anni fa e pari a 20 punti percentuali, nel 2008 le imprese comunque confidano ancora molto sulle proprie potenzialità e capacità, confermando una discreta fiducia in se stesse, ovvero la convinzione che la propria attività non segua le dinamiche generali del mercato, così come percepite dalle stesse imprese.

## Le attese del mercato

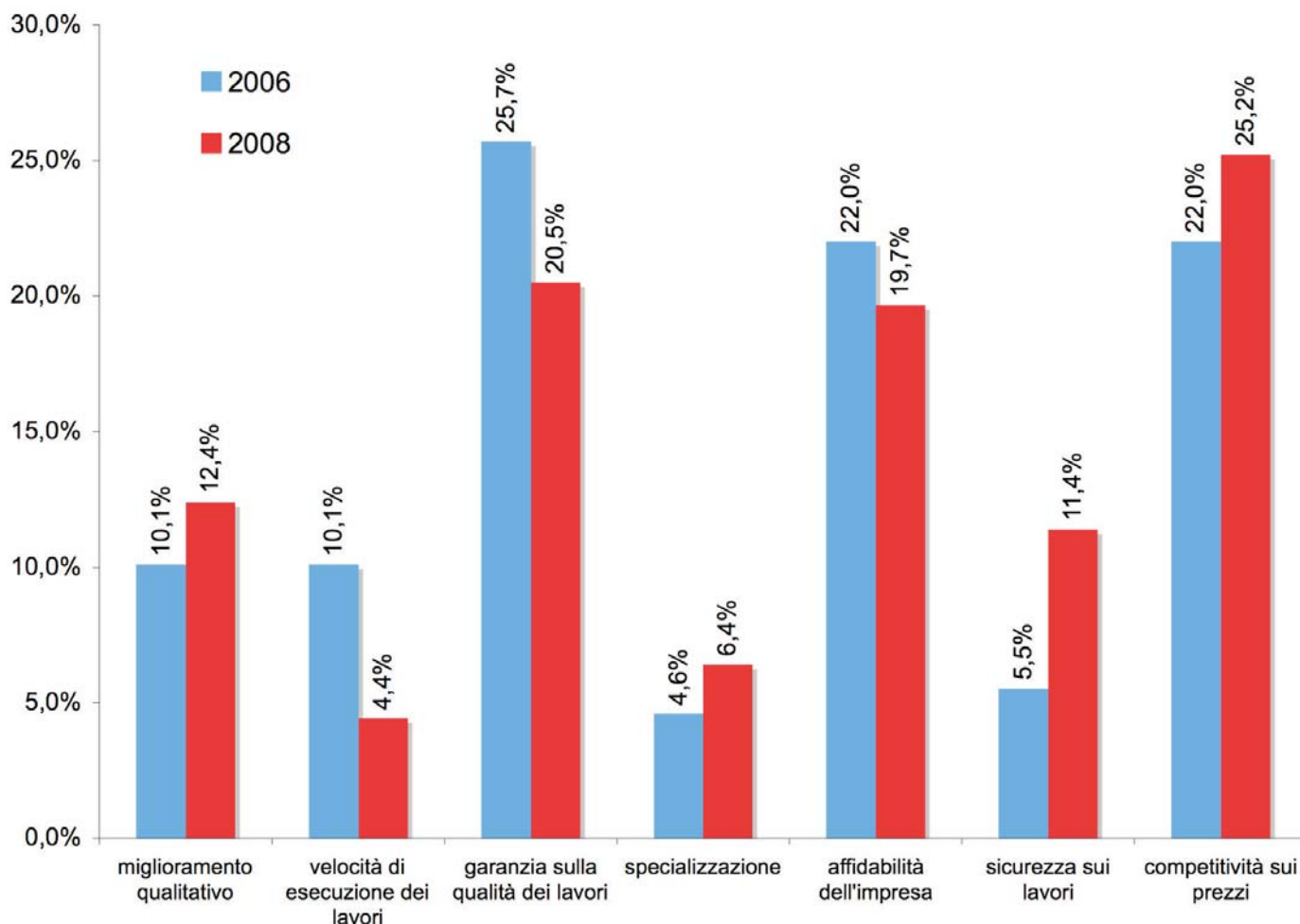
Previsioni per l'anno 2008

mercato complessivo

fatturato impresa

1 - in crescita forte (+10%)	1,07%	1,16%
2 - in crescita (5-10%)	5,09%	7,83%
3 - in crescita debole (0-5%)	10,46%	12,46%
4 - stabile	30,56%	35,36%
5 - in diminuzione lieve (0-5%)	27,35%	23,48%
6 - in diminuzione forte (-10%)	25,47%	19,71%

## Attese e richieste del mercato



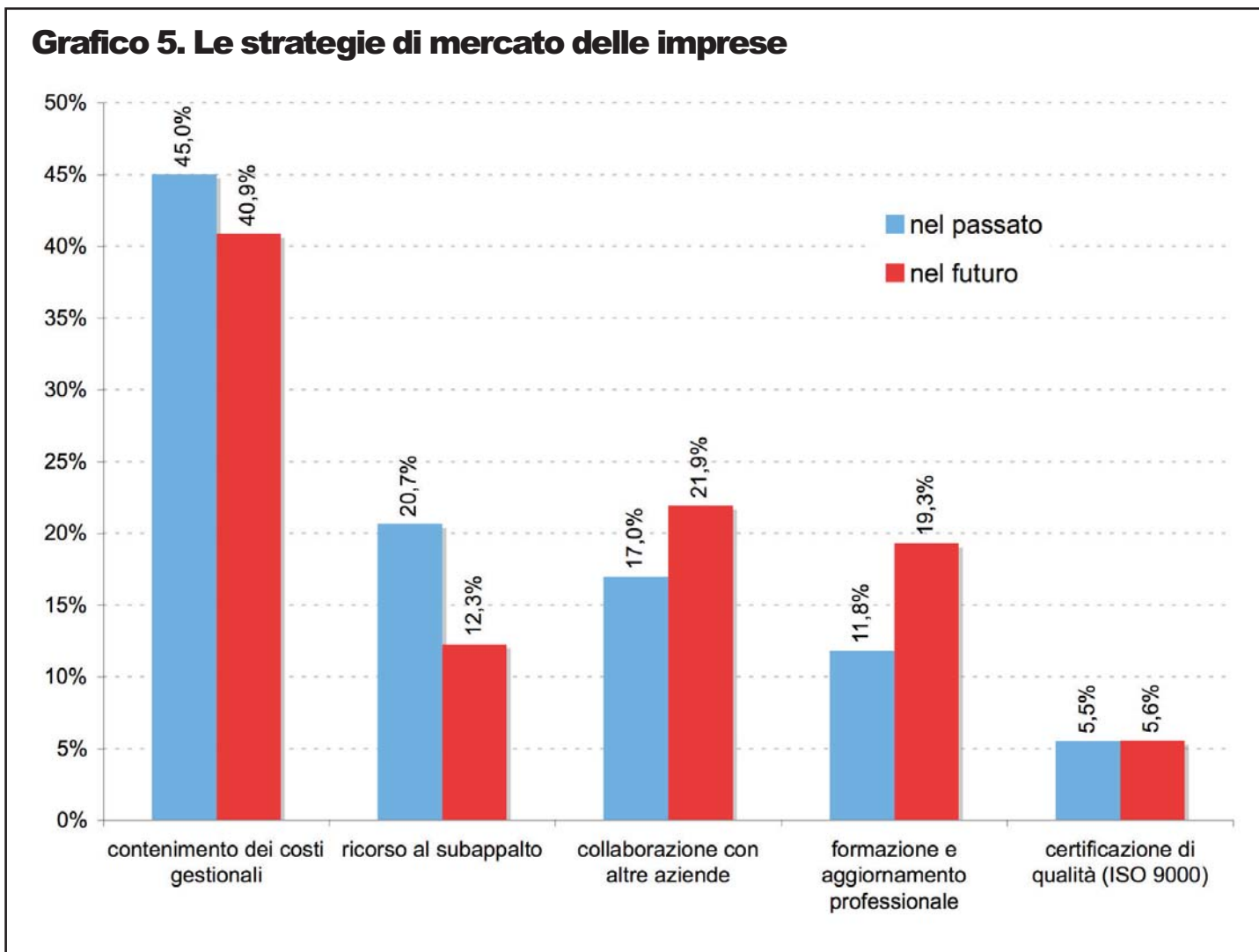
Ma se le imprese si attendono queste dinamiche dal mercato, cosa si attende il mercato dalle imprese? Mettendo a confronto i dati relativi all'indagine del 2006 con quella del 2008 emerge un quadro che va mutando e che indica alcuni cambiamenti interessanti. In primo luogo emerge come la riduzione delle capacità di investimento del mercato si riflette immediatamente sulla crescita della richiesta di "competitività sui prezzi", che nell'indagine del 2006

era al terzo posto per importanza ma che nel 2008 diventa la prima voce, con il 25% delle scelte. Al secondo posto rimane una voce che nel 2006 era la prima in classifica, ovvero la "garanzia sulla qualità dei lavori", a riprova di quanto la qualità e le garanzie siano fattori competitivi richiesti oggi sul mercato, soprattutto se associati alla "affidabilità dell'impresa", che rimane il terzo fattore strategico indicato dalle imprese. Sale anche la richiesta di un "miglioramen-

to qualitativo" ma il dato che più emerge, per dinamica, è la richiesta di "sicurezza sui lavori". Il tema della sicurezza è dunque fortemente sentito, mentre diminuisce drasticamente la richiesta di "velocità di esecuzione dei lavori". Queste ultime due dinamiche evidenziano le richieste sempre più qualificate che il mercato fa alle imprese e dunque non solo confermano, ma rafforzano in modo significativo, quanto rilevato già con le indagini precedenti.

# Strategie di mercato

**Grafico 5. Le strategie di mercato delle imprese**



Ma se oggi le imprese si attendono un mercato in rallentamento, e se il mercato dalle imprese si attende quanto appena visto, quali sono le strategie che le imprese hanno messo in campo e quali quelle che metteranno in campo per affrontare il mercato? Il contenimento dei costi gestionali rimane la prima voce sulla quale le imprese pongono attenzione, anche se la tendenza è che sia una voce più rilevante nel passato e oggi meno.

Probabilmente questo scarto si deve al fatto che le imprese da molti anni hanno messo in atto strategie di riorganizzazione della gestione di impresa, e dunque, oggi, il principale

impegno riguarda operare su fattori quali la collaborazione con altre aziende e la formazione e l'aggiornamento professionale, due voci in forte crescita, mentre scende drasticamente il ricorso al subappalto. Cosa significano questi andamenti, queste tendenze relative alle strategie delle imprese, divise tra passato e futuro? Significa che le imprese stanno capendo che per affrontare un mercato fortemente competitivo e sempre più difficile, in termini di richieste e attese di qualità ma anche di prezzi concorrenziali, non si può rimanere isolati e pensare di poter essere gli unici interlocutori. Ed inoltre un mercato competitivo e concorrenziale presuppone

che chi opera sia aggiornato e abbia una ottima preparazione professionale, un fattore competitivo sempre più strategico. Ecco dunque emergere la necessità per le imprese di aprirsi alle collaborazioni e di far seguire corsi di formazione ai propri addetti, individuando in questi fattori gli elementi strategici per competere oggi sul mercato con successo. Il riversare sulle capacità tecniche e operative delle imprese le condizioni della competitività è un fatto che ha un riscontro anche nello scarso ricorso a finanziamenti e sostegni finanziari esterni all'impresa. Ma il dato più rilevante è che le imprese iniziano ad essere un po' preoccupate (rispetto a due anni



fa) dell'andamento del mercato attuale. Al punto che il confronto tra le percentuali relative alle scelte strategiche delle imprese di fronte ad una vera e propria "crisi" del mercato indicano come in due anni sia aumentata molto la percentuale di imprese che ottimizzerebbero la propria gestione per abbassare i costi fissi (dal 14,8% al 23,0%), come anche aumenta congiuntamente dal 9,9% al 16,2% la

percentuale di imprese che ridurrebbero il personale. Diminuiscono invece l'ampliamento del mercato e l'aggregazione temporanea. Dunque non si cambia la tipologia di mercato e non ci si "mette assieme" per caso. Le imprese indicano che il percorso di superamento di una crisi può avvenire solo attraverso una riorganizzazione imprenditoriale che può anche contemplare una riduzione e ottimizzazione

del personale assunto, ma che deve considerare soprattutto la specializzazione e la qualificazione come primo e più importante fattore competitivo per poter restare e operare nel mercato con successo. Questa confidenza nelle proprie capacità è anche confermata dal giudizio espresso rispetto a "Basilea2", per il quale le imprese non evidenziano particolari criticità.

## La situazione di mercato

tipi di sostegni finanziari	%
1 - non ce n'è bisogno, il mercato da noi va ancora bene	9,0%
2 - abbiamo cominciato a sentire un certo rallentamento, ma non è ancora preoccupante	39,4%
3 - stiamo avendo qualche difficoltà e stiamo cercando di superarla	39,9%
4 - abbiamo molti problemi e stiamo attraversando un momento di vera crisi	11,7%

## Le strategie di fronte alla crisi

	2006	2008
1 - specializzarsi e qualificarsi	29,70%	24,87%
2 - creare reti di imprese	2,00%	3,21%
3 - aggregarsi temporaneamente	12,90%	8,97%
4 - consorzarsi stabilmente	0,00%	0,00%
5 - subappaltare i lavori	4,00%	5,08%
6 - ridurre il personale	9,90%	16,24%
7 - utilizzare lavoro temporaneo (in affitto)	2,00%	2,37%
8 - ridurre i costi di gestione (costi fissi)	14,80%	23,01%
9 - ampliare la propria offerta sul mercato	23,80%	16,24%
10 - altro (diminuire l'irregolarità)	0,90%	0,00%

## Il rapporto con il sistema bancario e con Basilea 2

Conoscenza e opinioni su "Basilea 2"	2006	2008
1 - non ha modificato il nostro rapporto con le banche	43,8%	33,8%
2 - abbiamo notato una maggiore difficoltà di accesso al credito bancario	14,1%	19,4%
3 - non conosciamo l'accordo e vorremmo avere più informazioni	36,8%	39,6%
4 - non conosciamo l'accordo e non ci interessa	5,3%	7,2%

# La qualità, elemento strategico per affrontare il mercato

La qualificazione delle imprese rimane un elemento strategico per affrontare il mercato. Le domande riguardanti la presenza o volontà di certificarsi secondo l'ISO 9000 e la presenza di attestazione SOA evidenziano che le imprese del campione guardano, in una percentuale assolutamente rilevante, alla certificazione di qualità come un elemento importante per stare sul mercato, in quanto legata alla capacità

dell'impresa di organizzarsi al suo interno. Un'impresa su tre considera infatti la certificazione un fattore determinante, e nel 23% dei casi è un percorso che le imprese sono convinte di dover affrontare nel futuro. Altro elemento interessante è la presenza di attestazioni SOA, anche per la possibilità di mettere a confronto i dati della prima indagine del 2001 con quelli dell'indagine 2006 e del 2008. Il confronto fa emergere

una crescita delle imprese attestate SOA dal 27,5% al 36% tra il 2001 e il 2006 e una conferma del dato nel 2008. Infine in questo ambito si inserisce anche il tema della sicurezza in cantiere e della redazione dei POS, per i quali i questionari hanno rilevato una percentuale superiore al 70% di imprese che hanno redatto 3 e più POS nel corso del 2007.

## La certificazione di qualità

strategia riguardante l'ISO 9000	% indagine 2008
1 - siamo certificati	8,6%
2 - ci stiamo certificando	4,0%
3 - ci certificheremo in futuro	23,0%
4 - è un tema interessante ma poco adatto al settore delle costruzioni	29,6%
5 - non ci interessa	34,8%

## L'attestazione SOA

attestazione delle SOA	% indagine 2001	% indagine 2006	% indagine 2008
SI	27,5%	36,0%	36,1%
NO	72,5%	64,0%	63,9%

## Imprese e sicurezza: numero di POS redatti nel 2007

Numero di POS	2007
1	11,6%
2	16,1%
3	19,6%
4	16,8%
5	11,2%
6	8,1%
7	5,3%
8	7,0%
9 e più	4,2%

# Imprese e manodopera: sempre più stranieri

**T**ra il 2001 e il 2008 è in pratica quasi raddoppiata la presenza degli stranieri nelle imprese intervistate, un dato confermato dalle statistiche riportate in apertura sul numero di addetti stranieri iscritti presso la CEAV. Infatti la percentuale di imprese con presenza di cittadini stranieri nel 2001 era del 47,5%, mentre nel 2008 è dell'82,4%. I lavoratori stranieri sono dunque una risorsa determinante per il mercato delle costruzioni e per il sistema dell'offerta, e di tale fattore si

deve tener conto anche in ragione delle necessità di qualificazione del settore e di miglioramento delle professionalità esistenti. Un dato ancora più interessante è quello che riguarda le modalità di utilizzo della manodopera straniera: nell'indagine 2006 nel 55,2% dei casi si trattava di assunti a tempo pieno, mentre nel 9,4% dei casi si utilizzano squadre esterne; nell'indagine del 2008 la percentuale di assunti stranieri a tempo pieno è salita al 76,5%, ed è salita di oltre due punti percentuali anche la quota di

utilizzo di squadre esterne. Questo ricorso alla manodopera straniera crescerà ancora per oltre il 60% degli intervistati, anche se il giudizio sull'apertura dell'Europa a est propone uno scenario diviso tra aperta negatività (35,8% degli intervistati) o negatività più mediata (29,3%), contro una percentuale di "indifferenti" del 23,6%. In sostanza sono ancora poche le imprese artigiane che oggi guardano all'est come ad un mercato potenziale nel quale investire ed operare.

## Il ricorso alla manodopera straniera

presenza di stranieri nell'impresa	% indagine 2001	% indagine 2006	% indagine 2008
SI'	47,5%	66,1%	82,4%
NO	52,5%	33,9%	17,6%

## Le modalità di utilizzo della manodopera straniera

utilizzo manodopera straniera	% 2006	% 2008
1 - sì, come addetti interni assunti a tempo pieno	55,2%	76,5%
2 - sì, come addetti interni assunti a tempo determinato/stagionali	1,5%	5,9%
3 - sì, attraverso l'utilizzazione di squadre esterne	9,4%	11,8%
4 - non utilizziamo manodopera straniera	33,9%	5,9%

## Gli stranieri nel futuro delle imprese

Incremento del numero di stranieri	% indagine 2008
SI'	60,5%
NO	39,5%

## Europa, nuovi paesi entrati e competizione sul mercato

giudizio sull'apertura verso est del mercato	% 2008
1 - positivo, perché possiamo andare ad operare più facilmente in quei mercati	1,0%
2 - positivo, perché abbiamo bisogno di manodopera anche dell'est e questo ci facilita	10,3%
3 - indifferente, perché non ha alcuna rilevanza con la nostra attività qui in Veneto	23,6%
4 - negativo, perché aumenta la competizione per le nostre imprese con quelle dell'est	29,3%
5 - negativo, perché c'è meno controllo sugli ingressi e sulla professionalità degli addetti	35,8%

# Il risparmio energetico, fattore strategico nel mercato

Il risparmio energetico è un fattore diventato ormai strategico nel mercato, al punto che se nel 2006 il 17,6% ha dichiarato di proporre ai propri clienti soluzioni per il risparmio energetico, questa percentuale nel 2008 è salita al 24,5%. A fronte di questa quota rilevante di imprese, il 35,5% degli intervistati ha dichiarato che il risparmio energetico non è un settore strategico per l'attività dell'impresa. In pratica si segnala una situazione divisa tra imprese per le quali questo mercato non è un mercato di riferimento, e imprese che invece lo ritengono una ottima opportunità, che viene tuttavia affrontata con metodi diversi, dato che ad esempio il 19,4% delle imprese si limita infatti a fornire quanto richiesto dalle normative. Vi è ancora un gruppo di soggetti per i quali il risparmio energetico presenta costi troppo elevati (6,6%) oppure non è ancora una pratica condivisa con la clientela (7%). In questo senso appare molto significativo che rispetto all'informa-

zione, anche se sale al 5% il giudizio sull'ampiezza e completezza dell'informazione, sale anche la percentuale di imprese che ritiene invece l'informazione sufficiente, ma segnalando che i clienti tengono ancora il prezzo in molta considerazione. In ogni caso il risparmio energetico viene proposto nella maggior parte dei casi con consulenze e soluzioni di intervento direttamente dalle imprese (21,8% dei casi, una percentuale in forte crescita, segno della strategicità di questa modalità di offerta), ma c'è una significativa crescita (dal 3,8% del 2006 al 6% del 2008) di imprese in grado di promuovere prodotti "chiavi in mano". Scende la percentuale di imprese per cui il risparmio energetico non è un settore strategico per l'attività di impresa (e non potrebbe essere altrimenti, date le normative oggi vigenti), mentre scende la percentuale di chi fornisce solo depliant informativi. Si tratta dunque di un cambiamento importante delle modalità di offerta sul mercato, con

una maggiore attenzione e politica attiva di intervento da parte delle imprese. Tra i servizi proposti più abitualmente, il primo posto rimane a chi sceglie di lasciar decidere al cliente dopo aver suggerito soluzioni e ipotesi di intervento (48%, in calo rispetto al 2006), ma al secondo posto vi è chi costruisce e realizza mediante proposte innovative (26%, in crescita), mentre al contempo scende la percentuale di chi rispetta solo le normative. Ed è assolutamente rilevante registrare che ben il 65% dei clienti conosce gli incentivi governativi e li utilizza. Il risparmio energetico dunque è un mercato oggi non più evitabile e le imprese si stanno comportando di conseguenza, mettendo in atto da un lato strategie di intervento e proposta attiva, da un altro stringendo accordi con progettisti e tecnici in grado di poter proporre soluzioni ampie e prodotti "chiavi in mano". E' un processo ancora in fase di lancio, ma la strada sembra ben delineata.

## Le imprese e il risparmio energetico

Posizionamento dell'impresa		
risparmio energetico	% 2006	% 2008
1 - facciamo seguire con regolarità ai nostri addetti corsi di formazione specializzati	2,7%	2,2%
2 - proponiamo ai nostri clienti soluzioni innovative per il risparmio energetico	17,6%	24,5%
3 - ci limitiamo a fornire quanto richiesto dalle normative in materia	14,9%	19,4%
4 - siamo poco informati e avremmo bisogno di maggiori informazioni	9,4%	4,8%
5 - costruire per il risparmio energetico ha un costo ancora troppo elevato per i nostri clienti	10,8%	6,6%
6 - il risparmio energetico non è ancora sufficientemente affermato e condiviso dai clienti	16,2%	7,0%
7 - non è un settore strategico per la nostra attività	28,4%	35,5%

### Giudizio sull'informazione

informazione sul risparmio energetico	% 2006	% 2008
1 - è ampia e sufficiente	1,7%	5,0%
2 - l'informazione è sufficiente ma sono i clienti che guardano ancora troppo al prezzo	32,8%	53,1%
3 - dovrebbe esserci più informazione, perché le imprese da sole non bastano	55,2%	31,8%
4 - non ci interessa	10,3%	10,2%

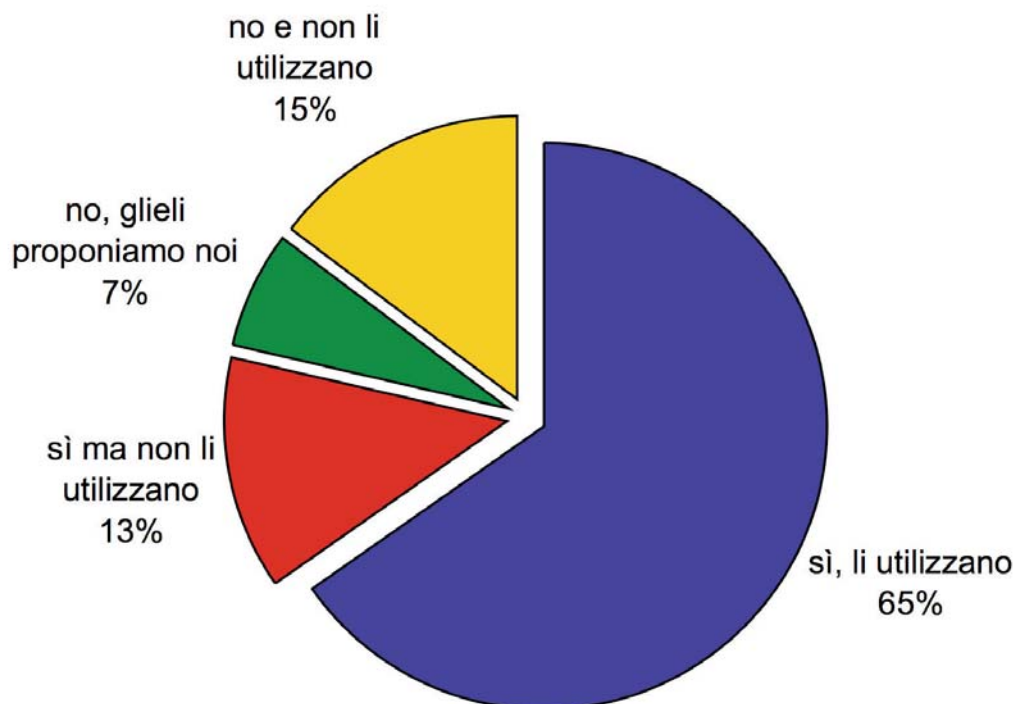
### Come viene proposto il risparmio energetico

risparmio energetico ai clienti	% 2006	% 2008
1 - attraverso depliant informativi	15,1%	10,4%
2 - proponiamo consulenze e soluzioni	7,5%	21,8%
3 - prodotti chiavi in mano	3,8%	6,0%
4 - solo il rispetto delle normative	11,3%	15,5%
5 - stiamo seguendo corsi di formazione	0,0%	2,7%
6 - non è ancora un settore strategico per la nostra attività	51,0%	31,0%
7 - non ci interessa	11,3%	12,5%

### Servizi proposti abitualmente

servizi relativi al risparmio energetico	% 2006	% 2008
1 - costruzione e realizzazione tradizionale e rispetto delle sole normative in materia	25,5%	13,2%
2 - costruzione e realizzazione con proposte innovative di risparmio energetico	14,9%	26,0%
3 - costruzione, realizzazione e manutenzione programmata per il risparmio energetico	2,1%	1,1%
4 - lasciamo scegliere al cliente, dopo aver suggerito varie ipotesi di realizzazione	55,4%	48,0%
5 - abbiamo degli accordi con progettisti	2,1%	7,5%
6 - altro (specificare)	0,0%	4,3%

### Conoscenza e utilizzazione degli incentivi governativi



# I questionari agli addetti: indagini a confronto

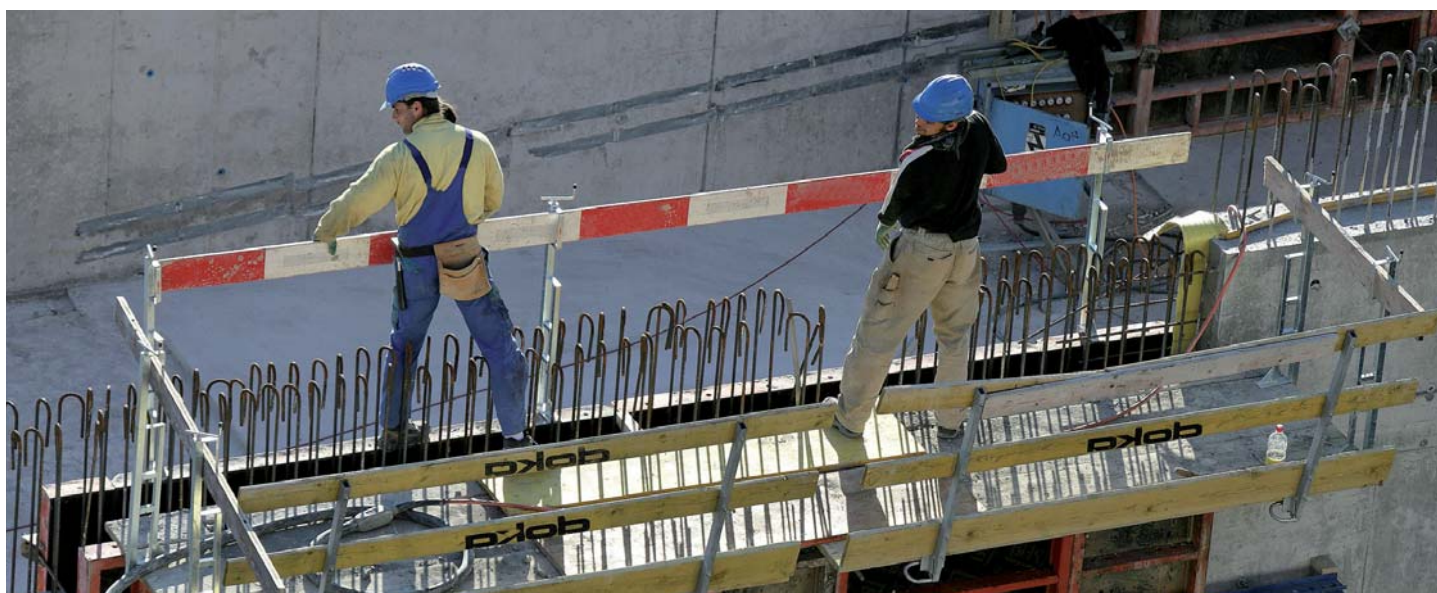
**A** partire dal 2004, le indagini questionarie hanno riguardato anche gli addetti delle imprese, con una serie di domande riproposte anche nel 2006 e nel 2008. Il confronto tra le indagini consente di mettere in evidenza alcuni elementi relativi alle imprese e al mercato del lavoro. Rispetto alla precedente rilevazione, sale la quota di assunti a tempo pieno, mentre scende quella degli apprendisti e degli impiegati e si affaccia, timidissima, una percentuale ancora assolutamente marginale di lavoratori interinali. Il campione intervistato vede riconosciuta la propria professionalità nel 93% dei casi, mentre nell'indagine del 2004 tale valore era all'83%. Cresce dunque ancora la qualifica

zione degli addetti e il loro ruolo all'interno dell'impresa. Nell'81% dei casi gli addetti sentono l'esigenza di doversi migliorare costantemente per aumentare la propria professionalità, un dato in calo sul 2006 e che se associato alla crescita della percentuale dei lavoratori che sentono l'esigenza di difendere il posto di lavoro, evidenzia che nel settore anche gli addetti, e non solo le imprese, iniziano a percepire un certo calo produttivo. La formazione specializzata in ogni caso è diventata un elemento strategico per imprese e lavoratori (28,9% contro il 12,2% del 2004). Le imprese e i lavoratori hanno dunque compreso l'importanza della formazione, e solo l'11,9%, contro il 24,6% del 2004, la ritiene inutile in

quanto si apprende di più lavorando in cantiere. Un elemento molto significativo, in ragione della forte presenza straniera tra gli addetti, è che in una percentuale molto significativa gli addetti non hanno problemi particolari verso di essa (42,8%, stabile sul 2006 e in aumento contro il 35,8% nel 2004), anche per una diminuzione altrettanto significativa nell'apprendimento delle tecniche costruttive (problema sceso dal 10,4% percepito nel 2004 al 6,8%). E in fin dei conti l'unico dato che permane e che propone una difficoltà (comunque superabile) è quella del "farsi capire in cantiere", legata non tanto alle culture diverse, quanto all'unico vero problema, ovvero la lingua.

## Ruolo all'interno dell'impresa

	% 2004	% 2006	% 2008
1 - addetto assunto a tempo pieno	89,7%	70,9%	75,3%
2 - addetto assunto a tempo determinato/stagionale	5,0%	4,7%	5,2%
3 - addetto assunto in qualità di apprendista	0,3%	12,8%	9,3%
4 - impiegato	5,0%	11,6%	9,9%
5 - addetto assunto come lavoratore temporaneo (lavoratore in affitto)	0,0%	0,0%	0,2%



### Riconoscimento professionalità

	% 2004	% 2006	% 2008
molto	31,8%	35,6%	34,6%
abbastanza	61,0%	48,3%	54,9%
non molto	6,9%	13,8%	9,3%
per niente	0,3%	2,3%	1,2%

### Esigenza di aumentare professionalità

	% 2004	% 2006	% 2008
1 - sì, perché bisogna migliorarsi sempre	69,5%	84,0%	81,4%
2 - sì, perché ci viene richiesto dal datore di lavoro	10,4%	4,6%	3,5%
3 - sì, per difendere il posto di lavoro	9,4%	5,7%	7,4%
4 - no	10,7%	5,7%	7,7%

### L'impresa rispetto al tema della formazione

	% 2004	% 2006	% 2008
1 - ci fanno seguire con regolarità corsi specializzati	12,2%	17,9%	28,9%
2 - ci propongono corsi ma ci lasciano decidere se frequentarli o no	19,6%	21,5%	13,4%
3 - sarebbero necessari corsi più adatti alle nostre esigenze	18,5%	15,5%	14,1%
4 - siamo poco informati	7,9%	19,0%	20,7%
5 - la formazione costa e la nostra impresa non può sopportare altri costi	7,9%	7,1%	6,4%
6 - la formazione è inutile perché si impara di più lavorando in cantiere	24,6%	11,9%	11,9%
7 - non ci interessa	9,3%	7,1%	4,6%

### Problemi verso la manodopera straniera

	% 2004	% 2006	% 2008
1 - difficoltà di integrazione per le culture diverse	10,8%	9,5%	11,8%
2 - difficoltà di integrazione a causa delle lingue diverse	13,3%	10,5%	9,2%
3 - difficoltà nel farsi capire in cantiere	11,7%	11,6%	16,3%
4 - difficoltà nell'apprendere le tecniche costruttive	10,4%	6,3%	6,8%
5 - non ci sono problemi particolari	35,8%	43,2%	42,8%
6 - altri motivi	18,0%	18,9%	13,1%

# Contribuzioni C.E.A.V.

con decorrenza 1 ottobre 2004

## Contribuzione Operai

	Carico ditta	Carico dipendente	TOTALE
Quota funzionamento	0,75%	0,15%	0,90%
Quota A.C. naz.le	0,20%	0,20%	0,40%
Quota A.C. terr.le	0,40%	0,50%	0,90%
Quota prestazioni	5,80%	=	5,80%
Fondo form. prof. edile	0,20%	=	0,20%
Fondo iniziative Sicurezza/ Vestiario	1,00%	=	1,00%
<b>TOTALE</b>	<b>8,35%</b>	<b>0,85%</b>	<b>9,20%</b>

## Contribuzione Impiegati

	Carico ditta	Carico dipendente	TOTALE
Quota funzionamento	0,50%	0,10%	0,60%
Quota prestazioni	0,40%	0,40%	0,80%
Fondo form. prof. edile	0,20%	=	0,20%
Fondo iniziative Sicurezza/ Vestiario	0,50%	=	0,50%
<b>TOTALE</b>	<b>1,60%</b>	<b>0,50%</b>	<b>2,10%</b>



Via F.lli Bandiera, 35  
30175 Marghera (VE)  
tel. 041 930320  
fax 041 930719  
www.ceav.it  
info@ceav.it