

Newsletter Eletttricisti

Analisi periodica sul canale Eletttricisti - Numero 1/11 - Settembre 2011

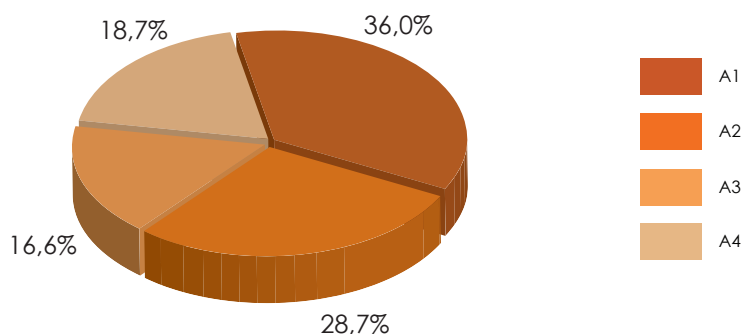
Riflettori su...

Il panorama italiano degli Eletttricisti

Gli eletttricisti italiani operano nel 36% dei casi nelle regioni del Nord Ovest, nel 28,7% del Nord Est, nel 16,6% nelle regioni del Centro e nel 18,7% in quelle del Sud. Dalla panoramica nazionale emerge un dato fondamentale, vale a dire la loro concentrazione in alcune regioni, in particolare in Lombardia, che da sola ne ospita il 22,8%, seguita dal Veneto (12,6%), dal Piemonte e dall'Emilia Romagna (poco piú del 10%) e a distanza dalla Toscana (7,1%).

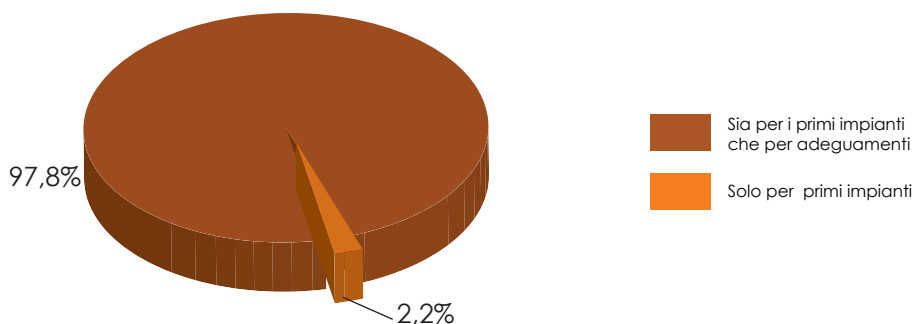
Dal punto di vista delle risorse umane, le imprese italiane risultano mediamente strutturate: il 22,7% di esse ha da 6 a 10 addetti e il 13,8% 25, ma il 29,7% dispone di 1 o 2 addetti oppure di 3-5, mentre è solo il 4,1% del totale a disporre di un personale di oltre 25 elementi. Si tratta, nella stragrande maggioranza dei casi - il 97,8% a livello italiano - di imprese che si occupano sia di installazione di primi impianti sia di interventi di adeguamento e manutenzione e cosí è in modo ancora piú marcato nel Nord Est del Paese (98,1%) e un po' meno al Sud (97,3%). La quota rimanente di imprese si occupa, invece, soltanto di primi impianti.

La clientela è composta, ma i committenti principali risultano essere i clienti privati - nell'80,7% dei casi - che richiedono interventi ordinari o di ristrutturazione, e in genere i cantieri civili di nuova costruzione - nel 63,4% dei casi. Importante anche la quota di operatori che intervengono in cantieri industriali di nuova edificazione (59,3%) e quella di chi opera in unitá commerciali - 54,4% - o industriali - 51,9% - effettuando interventi sia ordinari sia di manutenzione o ristrutturazione dell'impianto esistente.



Suddivisione territoriale Eletttricisti italiani	
Liguria	2,4%
Lombardia	22,8%
Piemonte	10,4%
Valle d'Aosta	0,4%
A1	36,0%
Emilia Romagna	10,1%
Friuli Venezia Giulia	2,8%
Trentino Alto Adige	3,2%
Veneto	12,6%
A2	28,7%
Lazio	4,4%
Marche	3,3%
Toscana	7,1%
Umbria	1,8%
A3	16,6%
Abruzzo	1,8%
Basilicata	0,7%
Calabria	1,5%
Campania	3,7%
Molise	0,2%
Puglia	5,1%
Sardegna	1,9%
Sicilia	3,8%
A4	18,7%
Italia	100,0%

Altrettanto ampio il ventaglio di prodotti installati dalle imprese profilate e anche in questo caso alcune tipologie risultano prevalenti: a parte la grande famiglia degli impianti elettrici in genere, gestiti dall'87,6% degli eletttricisti, opera su impianti antifurto o antincendio e su impianti di illuminazione il 65% circa degli eletttricisti, mentre il 49,4% di essi interviene anche nel campo dell'automazione di cancelli perimetrali. Da rilevare la quota, pari al 27,6%, di operatori che si occupano anche di impianti fotovoltaici.

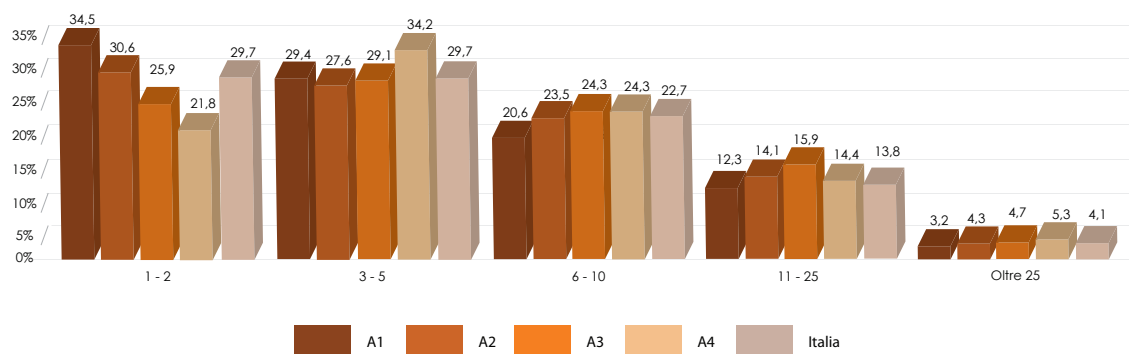


Focus on

Numero di addetti

Dal punto di vista delle risorse umane, le imprese italiane risultano mediamente strutturate: il 29,7% dispone di 1 o 2 addetti, altrettante di 3-5, il 22,7% raggiunge i 10 addetti, il 13,8% i 25 e il 4,1% dispone di un personale più numeroso. Appartengono alla fascia più piccola, 1 oppure 2 addetti, soprattutto le imprese nel Nord Italia (il 34,5% di quelle del Nord Ovest e il 30,6% di quelle del Nord Est), mentre al Sud prevale la quota di operatori che arrivano a 5 addetti (34,2%). Nelle fasce più grandi vediamo che nel Centro Italia e al Sud la quota di operatori con 6-10 addetti è leggermente più alta della media, di quasi 2 punti percentuali, mentre sono più frequenti nelle regioni del Centro le imprese che dispongono di un personale di 11-25 elementi, al contrario di ciò che si registra nel Nord Ovest.

A superare i 25 addetti sono soprattutto le imprese del Sud (5,3% su un dato medio nazionale del 4,1%), ma anche nel Centro e nel Nord Est il peso degli operatori così strutturati è superiore alla media; solo il Nord Ovest, con un valore del 3,2%, si colloca al di sotto di essa.

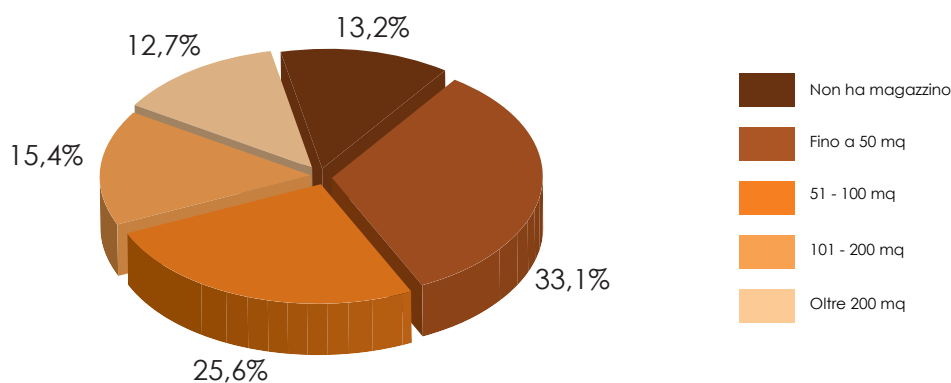


Mq magazzino

Se non dispone di un magazzino il 13,2% degli elettricisti italiani (di più nel Nord Ovest, meno frequentemente nelle regioni del Centro), negli altri casi la maggior parte di essi, il 33,1%, utilizza per lo stoccaggio dei materiali spazi di ampiezza massima pari a 50 mq, il 25,6% arriva a 100 mq, il 15,4% a 200 e solo il 12,7% di essi utilizza magazzini di dimensioni maggiori.

La quota di operatori con magazzini piccoli è leggermente più elevata nel Nord Ovest e meno consistente nel Nord Est e al Sud; salendo di dimensione, nella fascia 51-100 mq, il Nord Est si discosta dalla media per difetto e il Sud per eccesso, mentre nelle fasce superiori ai 100 mq il peso degli operatori del Nord Est e del Centro è lievemente più alto.

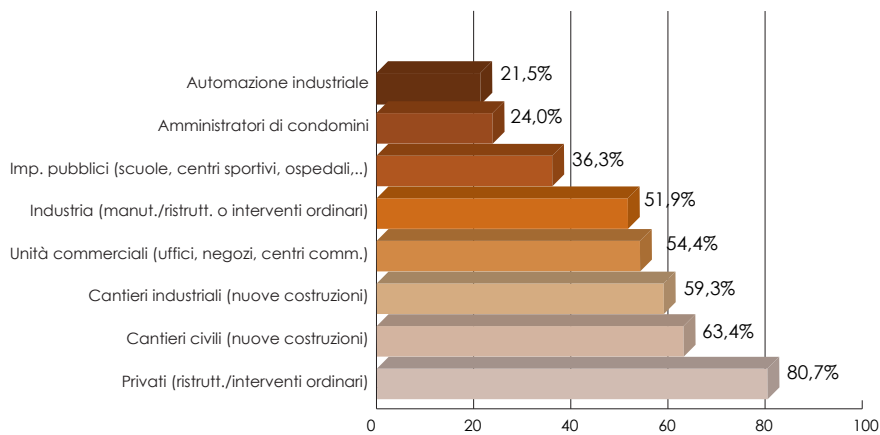
È da rilevare il dato più basso in assoluto degli elettricisti del Nord Ovest nella fascia massima, oltre i 200 mq.



Focus on

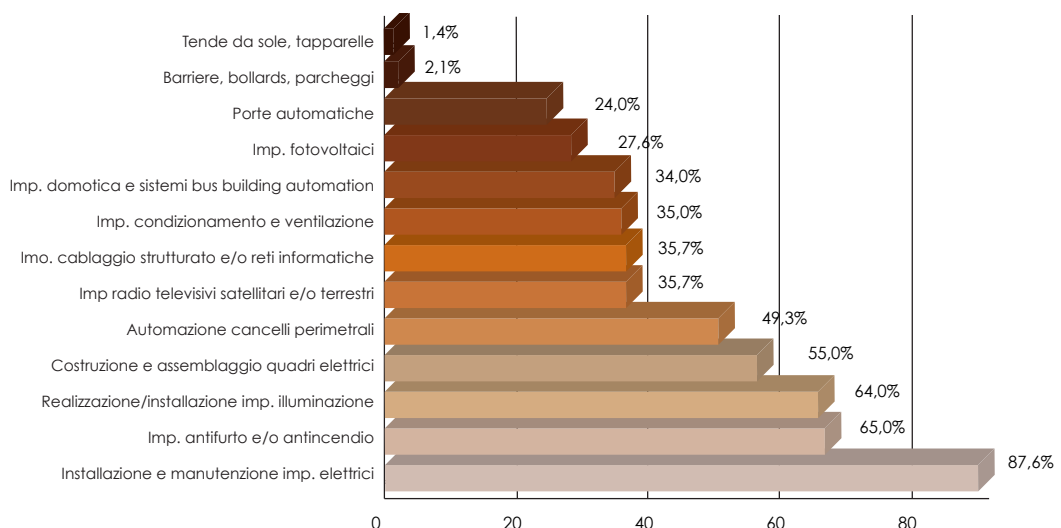
A livello nazionale, l'80,7% degli elettricisti censiti effettua interventi ordinari o di ristrutturazione commissionati da clienti privati, che costituiscono quindi il target di clientela principale. Nel 63,4% dei casi, gli operatori sono impegnati in cantieri civili, in interventi di nuova costruzione, mentre nel 59,3% dei casi si tratta di cantieri industriali, sempre in immobili nuovi. Interviene invece su unità commerciali - come uffici, negozi o centri commerciali - il 54,4% degli elettricisti, mentre per il 51,9% di essi si tratta di unità industriali e di interventi sia ordinari sia di manutenzione o ristrutturazione. Il 36,3% degli operatori profilati dichiara poi di avere una discreta committenza pubblica, da parte, per esempio, di scuole, centri sportivi o enti ospedalieri. Circa un operatore su quattro, poi, riceve commesse dagli amministratori di condomini, mentre il 21,5% degli operatori lavora per l'automazione industriale.

Tipologia di clientela



Il campo d'azione delle imprese profilate appare molto ampio e articolato, ma vi sono alcune tipologie di interventi che risultano prevalenti. Prima tra tutte, l'installazione e manutenzione di impianti elettrici in generale, effettuata nell'87,6% dei casi; questa attività è seguita, nel 65% dei casi, dall'installazione di impianti antifurto o antincendio e dalla installazione o realizzazione di impianti di illuminazione. Seguono gli interventi nel campo dell'automazione di cancelli perimetrali, effettuata dal 49,3% degli elettricisti. Vi è poi un insieme di interventi di tipo anche molto diverso tra loro cui si dedica circa il 35% degli operatori: si tratta di installazione di impianti radio televisivi satellitari o terrestri, di cablaggi strutturati o reti informatiche, di impianti di condizionamento e ventilazione e infine di domotica e sistemi bus building automation. Il 27,6% degli operatori interviene poi su impianti fotovoltaici e il 24% su porte automatiche. A occuparsi di impiantistica per parcheggi, bollards e barriere, tapparelle e tende da sole è una quota di elettricisti molto esigua.

Prodotti trattati



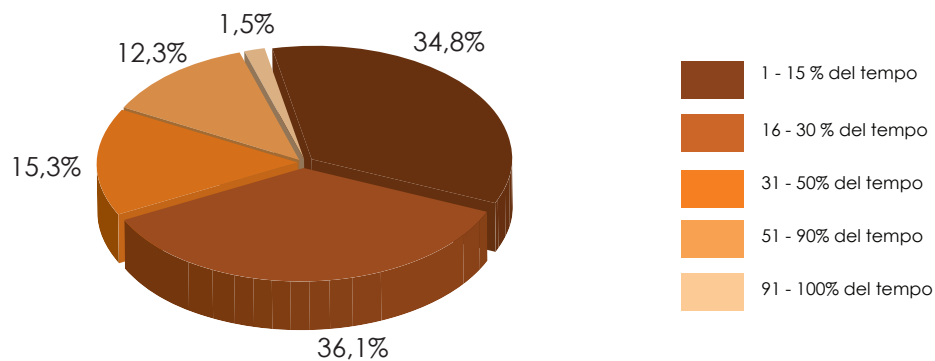
Focus on

Attività dedicata a illuminazione

Il censimento fa luce anche sul tempo che viene dedicato dagli operatori agli interventi di installazione o realizzazione di impianti di illuminazione da parte di quel 64% di essi che si occupa anche di questo tipo di attività.

Più di un operatore su 3 dedica o fino al 15% del proprio tempo (soprattutto nel Nord Italia, meno al Sud) o dal 16 al 30% (in modo piuttosto omogeneo in tutta Italia, leggermente meno spesso solo nel Nord Est).

Il 15,3% arriva a dedicare a questo tipo di interventi fino al 50% delle ore lavorative (più frequentemente al Sud, meno nel Nord Est), il 12,3% arriva al 90% (in questo caso, al Sud molto più che altrove, soprattutto rispetto al Nord Ovest) e l'1,5% anche la totalità del proprio tempo (più frequentemente al Sud, meno spesso nel Nord Ovest e delle regioni del Centro Italia).



La missione di **Marketing & Telematica** è sviluppare progetti e servizi innovativi, che diano impulso alle attività di marketing e di vendita nelle aziende. I nostri servizi prendono vita dalla passione per l'iniziativa e per il raggiungimento di obiettivi che condividiamo con i nostri Clienti. Continui investimenti nella ricerca di soluzioni tecnologiche di ultima generazione ci consentono di raggiungere quotidianamente questi traguardi.

M.M.A.S. Micro Marketing Analysis System

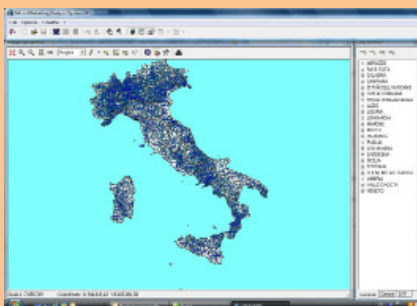
Fin dal 1990 Marketing & Telematica conduce analisi di profondità in diversi canali distributivi specializzati con una metodologia, il sistema MMAS - Micro Marketing Analysis System, che risponde a due necessità:

- conoscere e analizzare il canale, le sue segmentazioni, i trend evolutivi, nonché i competitors e le marche leader con uno strumento a capillare copertura informativa territoriale (geomarketing).
- fornire supporto operativo, tramite la realizzazione di analisi di Business Intelligence e di azioni di supporto al marketing e alle vendite.

Il Micro Marketing Analysis System – MMAS utilizza come base informativa un censimento, cioè una rilevazione quantitativa realizzata sulla totalità dell'universo analizzato. Ogni sei mesi viene quindi reintervistato un quarto dell'universo sulla base di Revolving Panel, che consente un periodico monitoraggio della distribuzione.

Per ciascun operatore viene calcolato un coefficiente di potenzialità che "pesa" la rilevanza commerciale, ricavato da un algoritmo che incrocia i parametri quantitativi più rilevanti.

I progetti MMAS vengono realizzati da Marketing & Telematica e distribuiti con formula multiclient.



MMAS GIS, il software di geomarketing sviluppato e distribuito da Marketing & Telematica in abbinamento ai database MMAS. MMAS GIS, grazie alla sua interfaccia user friendly e alla stretta finalità di trattamento dei dati raccolti, è impiegato in Italia da oltre 150 aziende in 20 diversi settori. La sua versatilità e la facile integrazione con i database e i sistemi aziendali ne fanno uno strumento di marketing territoriale insostituibile.