Anno XLV / *Volume 45*
dal / *since* 1972

5 2016
Settembre / Ottobre
September / October

elevatori

THE EUROPEAN ELEVATOR MAGAZINE

I.S.S.N. 1121-7995

Volpe Editore Srl - 20060 Vignate (MI, Italy) - Via Di Vittorio, 21A

(In Italia) Spedizione in a.p. 70% - Filiale di Milano

SICOR

web: www.sicor-spa.it - mail: info@sicor-spa.it

SH-MR SERIES

SG-SGS SERIES

VOLPE EDITORE

Organo ufficiale
Official gazette:
ANICA, EFESME & IAEE

Attualità / *Topical subjects*

Brexit: pro & contro, opinioni e... ascensori
Brexit: pros & cons, opinions &... lifts

Tecnica / *Techniques*

Tecnologia per ascensori del 21° secolo
Technology for the 21st century elevator

Settore ascensoristico: tendenze e prospettive

(Lift industry: trends and visions)

Alessandro Di Scala
Responsabile Divisione Crediti Mediacom Srl

Prosegue l'analisi del settore ascensoristico che si trova ad affrontare le conseguenze di un prodotto maturo in un mercato altamente competitivo. Il rallentamento del settore edilizio, la situazione economica incerta e la competizione sui prezzi sono alcune delle sfide a cui sono sottoposte le aziende del comparto.

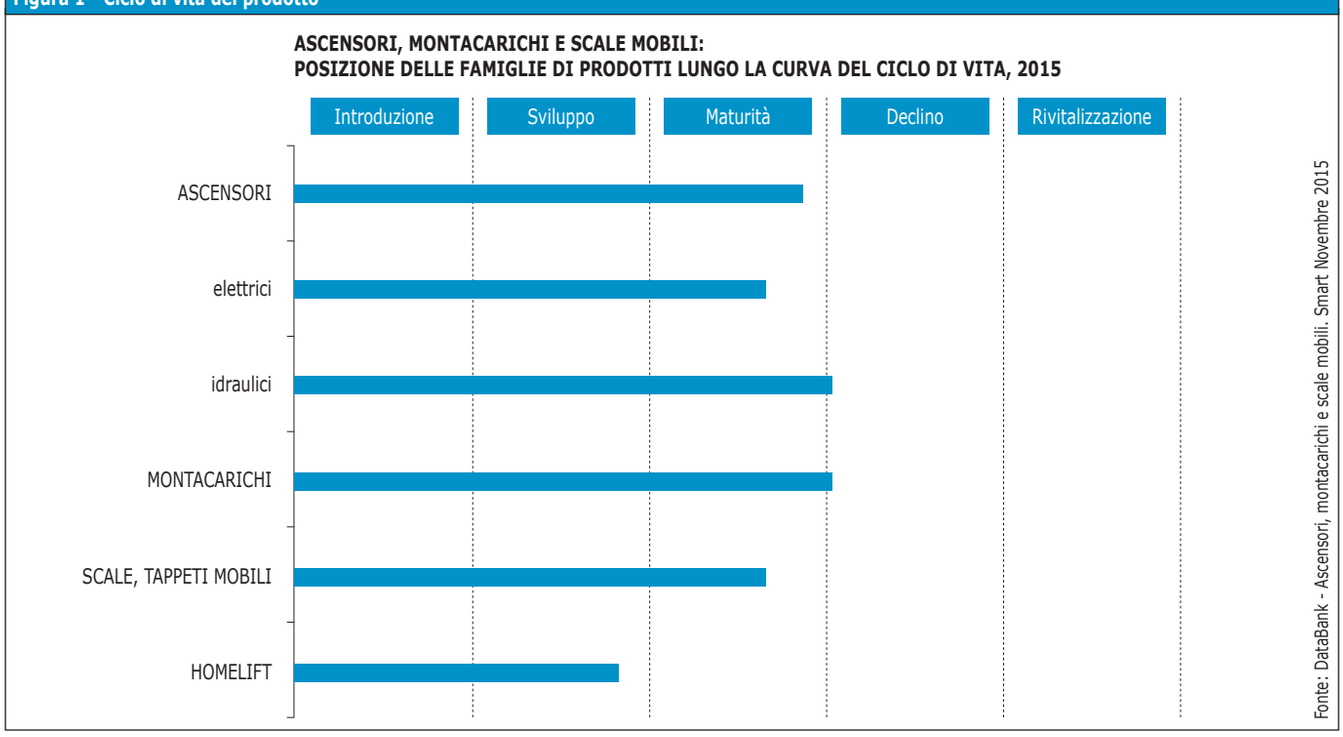
1. ANALISI COMPETITIVA

L'assetto competitivo nazionale del settore ascensoristico si caratterizza per la presenza di quattro gruppi multinazionali. Seguono piccole e medie imprese, in alcuni casi specializzate anche nella produzione di componenti e parti meccaniche dell'impianto.
La competizione nel mercato nuovi impianti è intensa e in crescita per il continuo ridimensionamento della domanda. Molto intensa anche la concorrenza della manutenzione costituita da una dimensione territoriale (provinciale) e da un'elevata frammentazione dell'offerta.
Dal punto di vista del potere contrattuale con i clienti, la domanda (imprese edili, commerciali e del terziario, pubblica amministrazione, condomini e privati) detiene un rilevante potere negoziale, poiché la scelta del fornitore avviene principalmente tramite gara d'appalto o dal confronto con più preventivi.
Invece, il potere contrattuale nei rapporti con i fornitori risulta ridotto, in quanto i produttori di componentistica che sono localizzati in Italia si occupano soprattutto di tecnologie, di meccanica e di idraulica.
Negli ultimi anni, la competizione del mercato sta inducendo le aziende produttrici a ricorrere a fornitori asiatici, molto competitivi sul prezzo.

2. CICLO DI VITA DEL PRODOTTO

Osservando la curva del ciclo di vita degli ascensori, montacarichi, scale mobili e piattaforme elevatrici è evidente che tutti, eccetto le piattaforme elevatrici, hanno superato la fase di sviluppo. Gli ascensori elettrici e le scale mobili vivono una fase di piena maturità, mentre gli ascensori idraulici e i montacarichi la hanno da poco superata, trovandosi nella fase primordiale del declino.

Figura 1 - Ciclo di vita del prodotto



3. PROSPETTIVE DI MEDIO-LUNGO PERIODO

L'analisi realizzata dall'*Osservatorio sui crediti delle PMI del settore ascensoristico* evidenzia alcune prospettive di medio e lungo termine di sviluppo del settore. La proroga degli incentivi fiscali per le ristrutturazioni e la lieve ripresa dell'economia possono determinare una crescita degli interventi di ammodernamento e riqualificazione. Altre opportunità provengono dalla stabilizzazione degli investimenti in infrastrutture e dall'espansione nei mercati europei e internazionali per i produttori italiani.

Tabella 1 - Opportunità di breve-lungo periodo

Opportunità	Impatto	Probabilità	Tempi
Proroga degli incentivi fiscali per le ristrutturazioni e lieve ripresa dell'economia	Basso	Media	Breve
Stabilizzazione degli investimenti in infrastrutture	Basso	Bassa	Breve
Espansione nei mercati europei e internazionali (per i produttori italiani)	Basso	Media	Medio

Fonte: DataBank - Ascensori, montacarichi e scale mobili. Smart Novembre 2015

Le minacce, invece, sono rappresentate innanzitutto dal rallentamento del settore edilizio con la conseguente riduzione del numero di edifici residenziali costruiti. Di impatto medio è la minaccia derivante dalla situazione economica che, seppur in lento miglioramento, è ancora caratterizzata da incertezza e fragilità che impediscono il rilancio degli investimenti di famiglie e imprese. In ultimo la competizione sempre maggiore sul prezzo degli impianti, che influisce negativamente sulla marginalità di settore.

Tabella 2 - Minacce di breve-lungo periodo

Minacce	Impatto	Probabilità	Tempi
Persistente rallentamento del settore edilizio	Alto	Alta	Breve
Situazione economica incerta e fragile	Medio	Alta	Breve
Competizione sempre più accesa sul prezzo degli impianti	Basso	Alta	Breve / Medio

Fonte: DataBank - Ascensori, montacarichi e scale mobili. Smart Novembre2015

Per l'anno 2016, i nuovi impianti possono contare su importanti fattori critici di successo:

- ampiezza di gamma e qualità (bisogna soddisfare differenti tipologie di edificio e categorie di clientela, garantendo alti standard qualitativi e svariate soluzioni estetiche con un elevato contenuto di tecnologia);
- efficienza aziendale (necessaria per salvaguardare i margini reddituali a fronte della contrazione delle vendite e dell'accesa competizione sui prezzi degli impianti);
- presenza commerciale (è importante per i leader di settore presidiare efficacemente la domanda residenziale, quella delle imprese edili, degli architetti e degli ascensoristi tramite una rete commerciale estesa e competente; per i piccoli e medi produttori è necessaria una maggiore personalizzazione dei servizi e degli impianti).

Anche per l'area manutenzione non mancano fattori di successo per individuare le migliori strategie:

- fidelizzazione della clientela (tramite l'offerta di servizi efficaci e azioni mirate verso gli amministratori di condominio e le imprese di gestione di patrimoni immobiliari);
- efficienza operativa (ottimizzando le risorse umane impiegate e le attività di intervento tecnico e di gestione del magazzino ricambi e componenti).
- presidio commerciale (gli operatori devono saper presidiare il mercato incrementando la pressione commerciale nel proprio territorio).

Altri aspetti del settore ascensoristico saranno analizzati nel prossimo numero.
Per informazioni e contatti dell'Osservatorio, visitare il sito ANACAM www.anacam.it e quello di Mediacom Srl www.soluzionimediacom.com.