

## INDICE

<b>1. CONCETTI, EVOLUZIONI E SCENARI</b>	<b>3</b>
1.1. La cultura del facilities management	3
1.2. Facilities management, outsourcing e benchmarking	5
1.3. Evoluzione e scenari: gli Stati Uniti, l'Europa e l'Italia	8
1.4. Il Global Service	10
<b>2. L'ANALISI QUANTITATIVA DEL MERCATO DEL FACILITIES MANAGEMENT IN ITALIA</b>	<b>12</b>
2.1. Considerazioni metodologiche	12
2.2. L'articolazione dell'offerta	14
2.3. L'evoluzione quantitativa dell'offerta	22
2.4. L'analisi quantitativa della domanda: lo stock delle superfici coperte	26
2.4.1 <i>L'articolazione dello stock di superficie industriale</i>	40
2.5. Le dinamiche del settore non residenziale nel periodo 1997-2000	44
2.6. La domanda potenziale di servizi di facilities management	48
2.7. Il fatturato delle imprese dei servizi	54
2.8. Gli scenari evolutivi della domanda effettiva: alcune ipotesi	57
<b>3. LE TENDENZE EVOLUTIVE DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA</b>	<b>59</b>
3.1. Il perché di un'analisi qualitativa	59
3.2. Global service, facilities management, multiservizi ecc.	60
3.3. Il grado di maturità dell'offerta e della domanda	64
3.4. L'evoluzione dell'offerta	66
3.4.1 <i>Attori italiani e attori stranieri: la multiformità delle origini e le diverse strutture organizzative</i>	66
3.4.2 <i>Il rapporto col cliente</i>	75
3.4.3 <i>La gestione dei flussi informativi e della reportistica</i>	78
3.4.4 <i>I risultati</i>	80
3.4.5 <i>Le strategie e gli obiettivi</i>	83
3.5. L'evoluzione della domanda	88
3.5.1 <i>Il settore privato</i>	88
3.5.2 <i>Il mondo delle PMI</i>	92
3.5.3 <i>Il settore pubblico</i>	94
3.5.4 <i>Le differenze territoriali all'interno del mercato italiano</i>	106
<b>4. CONCLUSIONI: OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ PER LO SVILUPPO DEL MERCATO ITALIANO DEL FM</b>	<b>109</b>

### ALLEGATO:

Le interviste