

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

1. [PRESENTAZIONE](#)
 2. [Il campo di indagine](#)
 3. [L'offerta e le sue caratteristiche](#)
 4. [Il mercato e la domanda](#)
 5. [Le dinamiche del mercato](#)
 6. [Gli investimenti in corso](#)
 7. [Aggregazione dell'offerta](#)
 8. [Informatica e di Internet](#)
 9. [Nota metodologica](#)
-

Documento aggiornato il 23/10/2000.

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

PRESENTAZIONE

L'OSSERVATORIO SUBFORNITURA è uno strumento informativo che si propone di analizzare periodicamente la situazione del mercato della subfornitura tecnica, attraverso un'indagine campionaria effettuata sul versante dell'offerta.

Oggetto dell'indagine sono le piccole imprese che eseguono lavorazioni per conto di terzi o realizzano prodotti su commessa e che operano nei settori a maggior contenuto tecnico (meccanica, elettromeccanica, elettronica, plastica e gomma). L'indagine è estesa alle principali regioni industriali italiane.

A partire dal 1999 l'Osservatorio Subfornitura è diventato una iniziativa stabile all'interno dei programmi di promozione e servizio che il COMITATO NETWORK SUBFORNITURA sviluppa in questo settore.

L'edizione 2000 dell'Osservatorio è stata realizzata seguendo la metodologia introdotta nello scorso anno ed è rimasta invariata la copertura settoriale e territoriale. Pertanto i dati esposti in questo rapporto sono direttamente confrontabili con quelli della rilevazione 1999.

Lo studio è stato realizzato dal CESDI Srl, che ha messo a punto la metodologia e gli strumenti di rilevazione, ha effettuato l'elaborazione dei dati e ha redatto il rapporto sui risultati.

La rilevazione presso le imprese è stata curata dai soci del Comitato direttamente e/o in collaborazione con le Camere di Commercio a cui essi fanno riferimento in ambito regionale.

Un ringraziamento particolarmente sentito va ai responsabili delle imprese che, con l'ormai consueto spirito di collaborazione, hanno dedicato tempo e attenzione alla compilazione del questionario.

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

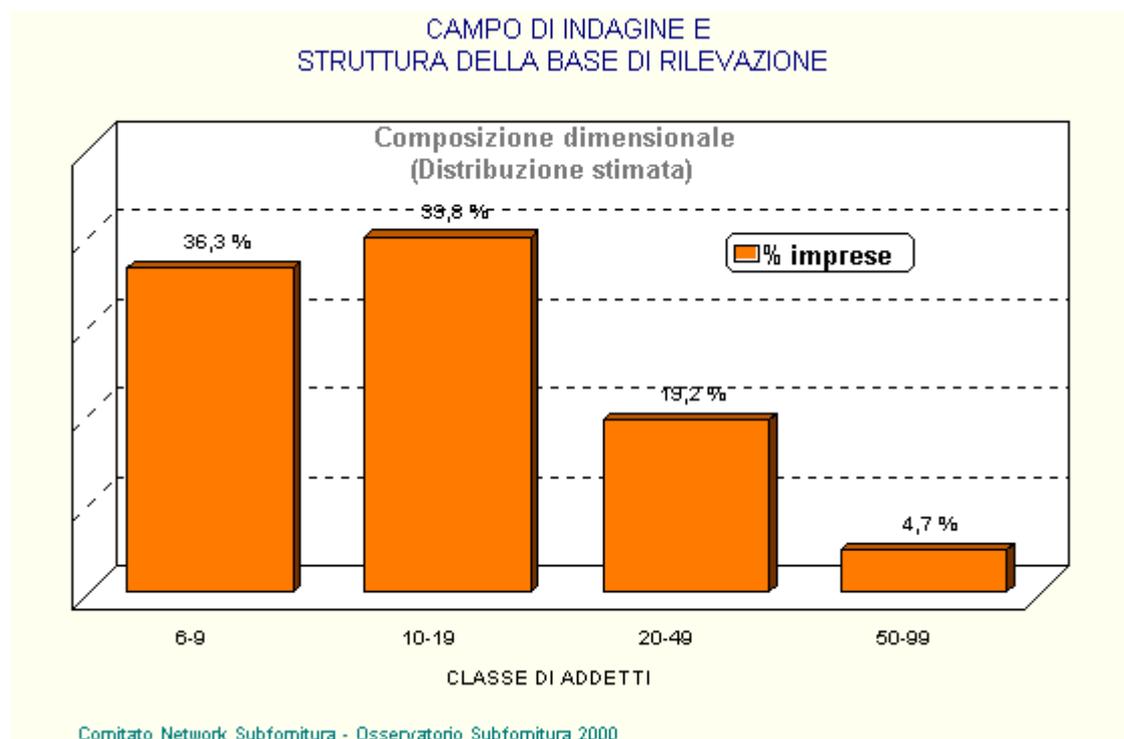
[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Il campo di indagine

L'Osservatorio Subfornitura ha come oggetto di rilevazione le piccole e medie imprese italiane della

subfornitura tecnica.

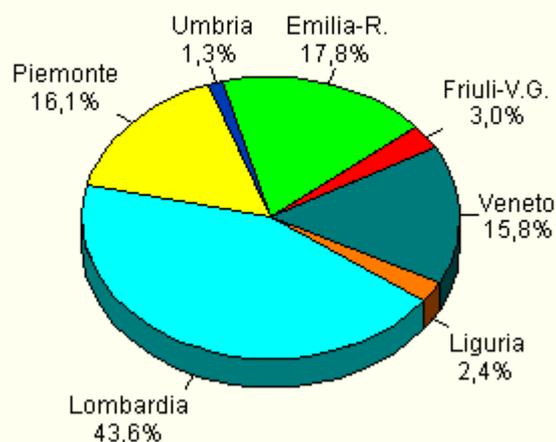
Per quanto riguarda le dimensioni di impresa l'Osservatorio esamina le aziende comprese nella fascia 6 - 99 addetti.



Dal punto di vista territoriale la rilevazione 2000 ha interessato le sette regioni già presenti nell'edizione precedente e cioè: Piemonte, Lombardia, Liguria, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Umbria.

CAMPO DI INDAGINE E STRUTTURA DELLA BASE DI RILEVAZIONE

Composizione territoriale (Distribuzione stimata)



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La rilevazione è stata condotta in base ad un campione, di 613 unità, stratificato per classi di addetti e regioni.

Poiché il campione utilizzato non è di tipo proporzionale, tutti i dati rilevati sono stati opportunamente ripesati sulla base della composizione della popolazione di riferimento. Pertanto, i dati medi e gli indicatori presentati in questo rapporto riflettono l'effettiva struttura territoriale/regionale esistente all'interno del campo di indagine che costituisce la base di riferimento della rilevazione.

Per maggiori dettagli in proposito si rimanda alla nota metodologica finale.

» Vedi anche: [Nota metodologica](#)

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

L'offerta e le sue caratteristiche

- [Comparti e attività](#)
- [Tipi di subfornitura](#)

- [Prestazioni offerte](#)

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

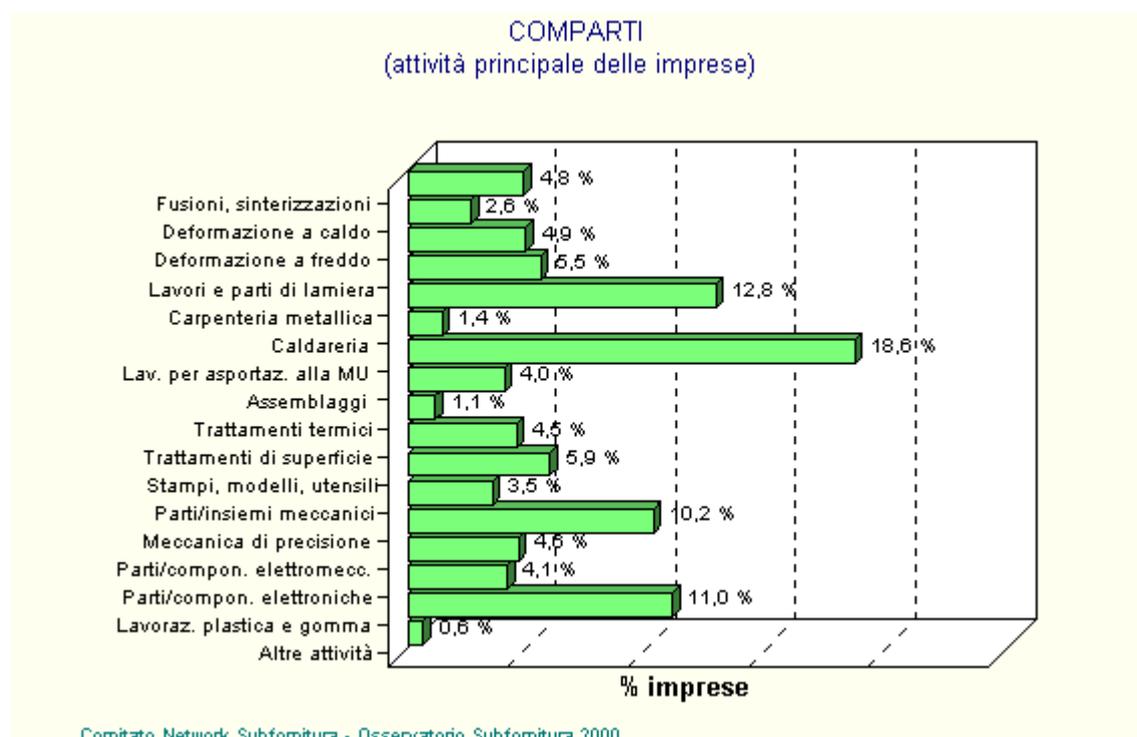
Indice
Precedente
Successiva

L'offerta e le sue caratteristiche

Comparti e attività

Il sistema di subfornitura indagato dall'Osservatorio è quello delle attività tecniche e pertanto comprende un' ampia gamma di realtà produttive sotto il profilo merceologico e delle tecnologie impiegate.

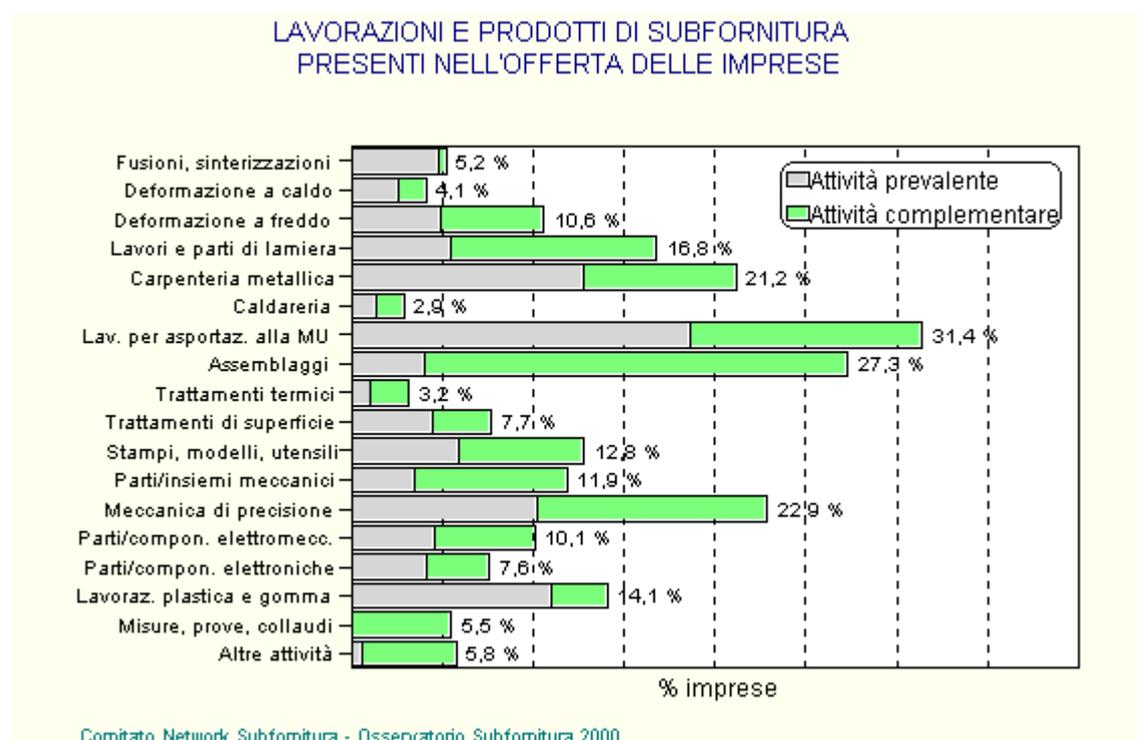
Ponendo l'attenzione sulla sola attività principale svolta da ciascuna impresa emergono, per numerosità di operatori rappresentati, alcune categorie: in primo luogo quella delle lavorazioni per asportazione alla macchina utensile (18,6% dei subfornitori); seguono il comparto della carpenteria metallica (12,8%) e, in ambito metalmeccanico, quello della meccanica di precisione (10,2%). Significativa è la presenza di operatori che realizzano lavorazioni, parti e componenti in materie plastiche e gomma; il loro peso sull'insieme in esame è dell'11,0%.



Molte aziende svolgono tuttavia anche attività diverse da quella principale e pertanto il quadro complessivo dell'offerta è molto più ampio e articolato rispetto a quanto evidenziato dalla sola attività primaria. Se si esaminano in termini generali i contenuti dell'offerta di ciascuna impresa si evidenziano rapporti di interdipendenza tra le varie componenti dell'offerta di subfornitura sicuramente più complessi di quelli che

la pura classificazione per comparti lascia intravedere.

Alcune componenti dell'offerta compaiono in particolare solo come attività complementari e integrative di quella principale: il caso più tipico è quello dei servizi tecnici, misure e prove, ma in situazione analoga si pongono anche le attività di assemblaggio e i trattamenti termici. Opposta è la situazione delle attività di fusione e sinterizzazione o delle lavorazioni della plastica e gomma, che fanno quasi esclusivamente capo ad aziende specializzate in questi campi.



[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

L'offerta e le sue caratteristiche

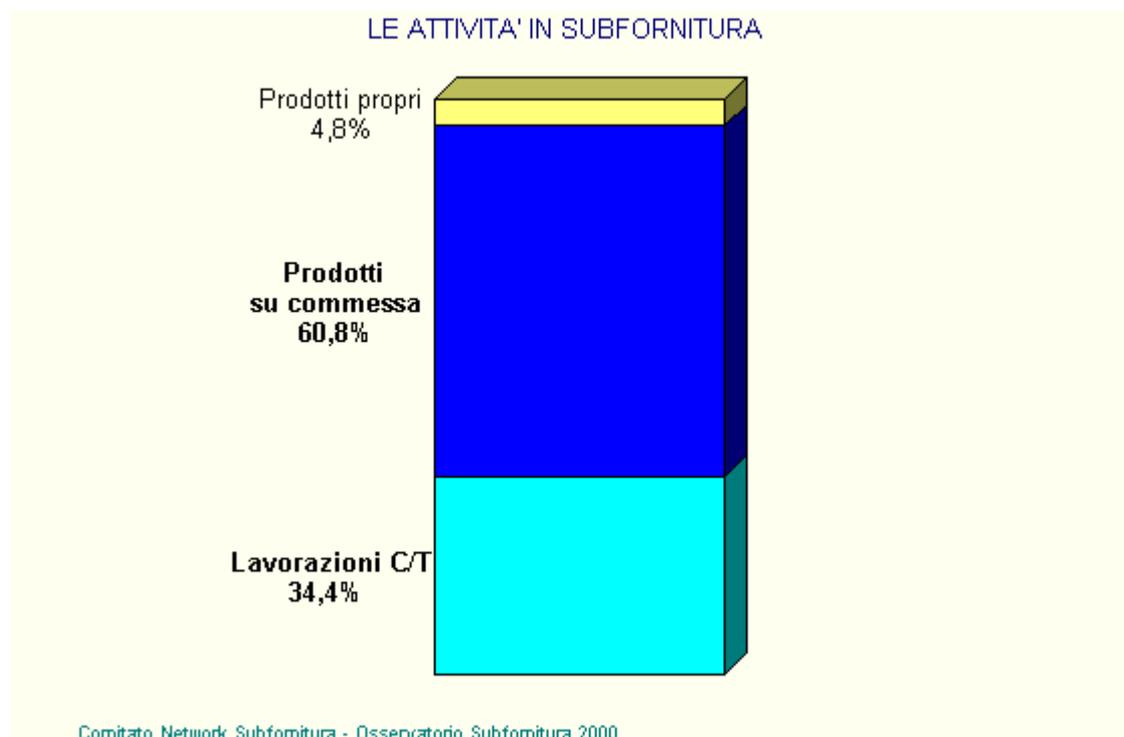
Tipi di subfornitura

Il 95,2% del giro di affari delle aziende rilevate dall'Osservatorio è costituito da attività che derivano da rapporti di subfornitura. Questa percentuale non deve essere interpretata come un risultato conoscitivo di particolare significato; più semplicemente documenta la stretta rispondenza dell'insieme di riferimento alle finalità dello studio. Si può anzi osservare in proposito che il 74,0% delle aziende esaminate ha nella subfornitura la modalità esclusiva con la quale si rapporta alla domanda; nel 26,0% rimanente dei casi il rapporto di subfornitura si configura comunque come modalità prevalente.

Di maggiore rilievo conoscitivo è invece il dato che descrive la ripartizione dell' attività di subfornitura nelle sue due componenti interne:

quella delle lavorazioni per conto di terzi, in genere su materiali forniti dai committenti, che mediamente incide per oltre un terzo sul fatturato

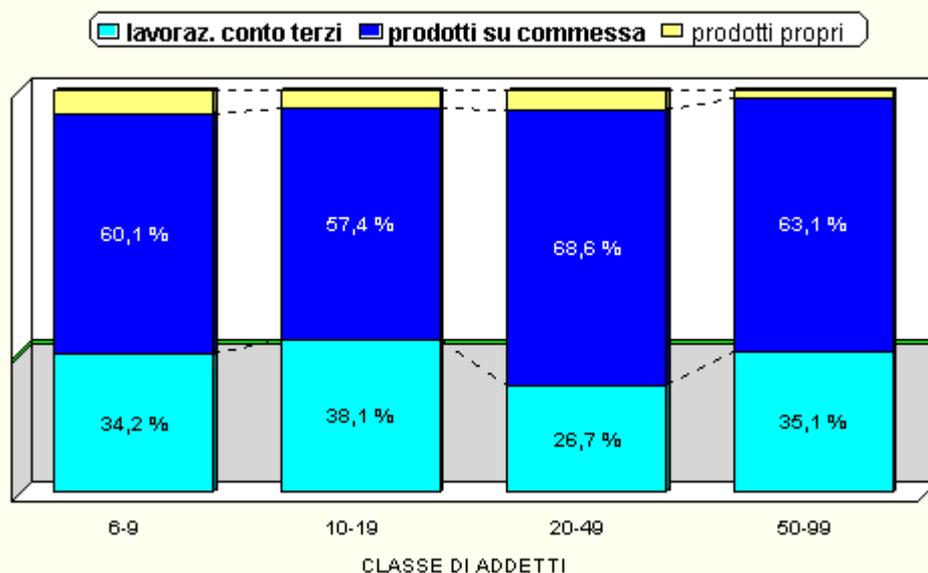
quella dei prodotti realizzati su commessa, fabbricati in base a specifiche date dai committenti stessi, che pesa per il 61%.



Nel valutare queste proporzioni occorre tuttavia considerare che, in termini di volumi di attività, le lavorazioni per conto di terzi tendono ad essere sottostimate; a differenza delle subforniture di prodotto, le cifre di vendita non contabilizzano il valore dei materiali. Per le lavorazioni, infatti, la cifra del fatturato è pressochè assimilabile a quella del valore aggiunto.

Si deve infine osservare che il prevalere delle subforniture di prodotto rispetto a quelle di lavorazione è una caratteristica presente nell'offerta di subfornitura, indipendentemente dalla scala dimensionale degli operatori.

INCIDENZA DELLA SUBFORNITURA



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

L'offerta e le sue caratteristiche

Prestazioni offerte

L'attività svolta dai subfornitori nella maggioranza dei casi non si limita alla semplice esecuzione di quanto viene richiesto dai committenti, ma si compone anche di apporti alla progettazione ed allo studio dei prodotti realizzati.

In particolare, la collaborazione con i committenti si sviluppa:

nel 36,7% dei casi con interventi nella fase di progettazione;

nel restante 19,4% dei casi anche con la partecipazione e l'apporto di contributi in sede di ricerca e sviluppo.

TIPOLOGIA DELLE PRESTAZIONI



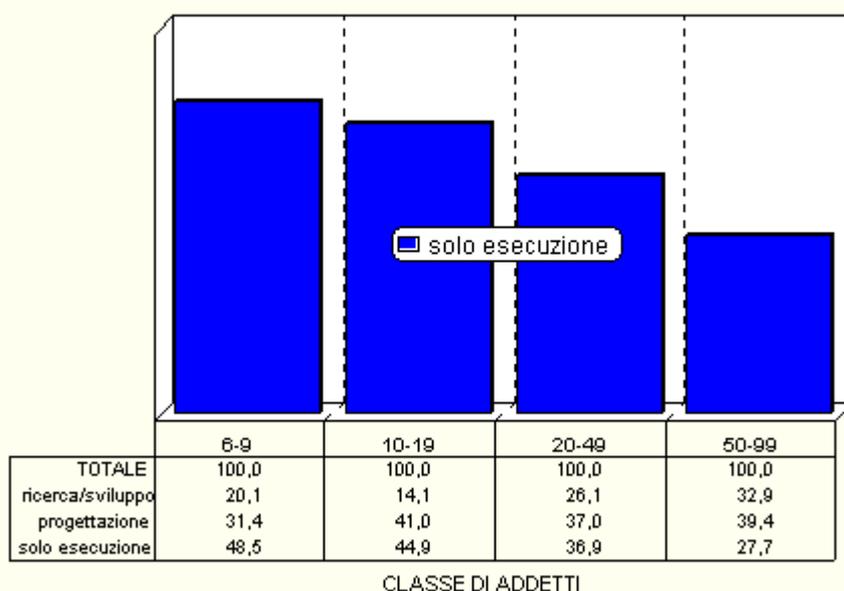
Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La partecipazione attiva nelle fasi a monte del momento esecutivo è più diffusa nelle imprese con oltre 50 addetti e si riduce progressivamente al diminuire delle dimensioni.

Va comunque osservato che la capacità di intervenire a livello progettuale o di concorrere allo sviluppo ricorre in misura significativa anche tra le aziende più piccole e risulta pertanto un elemento che certamente qualifica sul mercato l'offerta di subfornitura tecnica italiana.

TIPOLOGIA DELLE PRESTAZIONI

% imprese



CLASSE DI ADDETTI

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Il mercato e la domanda

- [Settori di sbocco](#)
- [Collocazione nella filiera](#)
- [Aree di mercato](#)
- [Export](#)
- [Mercati esteri](#)

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Il mercato e la domanda

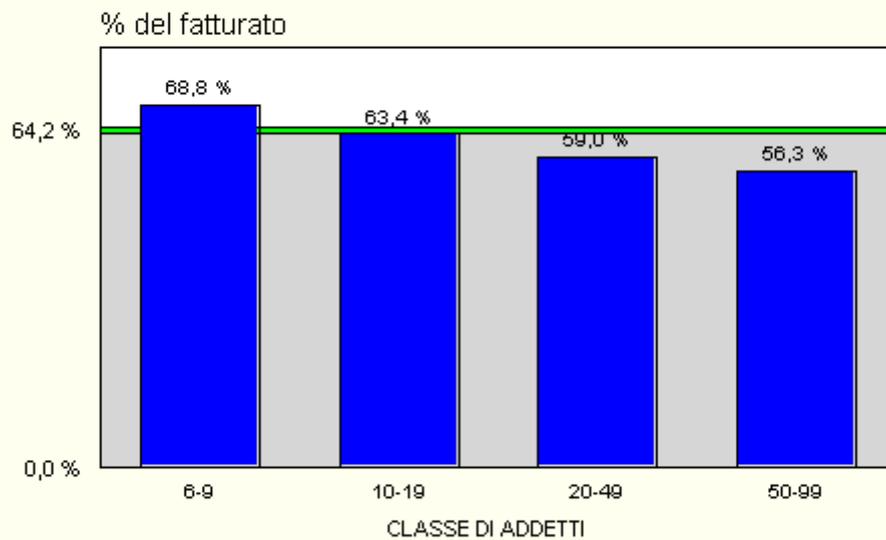
Settori di sbocco

Le imprese di subfornitura indirizzano la propria offerta verso una molteplicità di settori: ogni azienda ne serve mediamente 4 diversi.

Ciascuna azienda tende tuttavia ad orientare la propria offerta verso un settore di sbocco primario, dal quale dipende una quota consistente del proprio giro di affari, quota che in media risulta pari al 64,2%.

Il legame con il settore di sbocco principale è un dato strutturale che accomuna larga parte delle aziende, anche se il fenomeno tende ad attenuarsi al crescere delle dimensioni d'impresa.

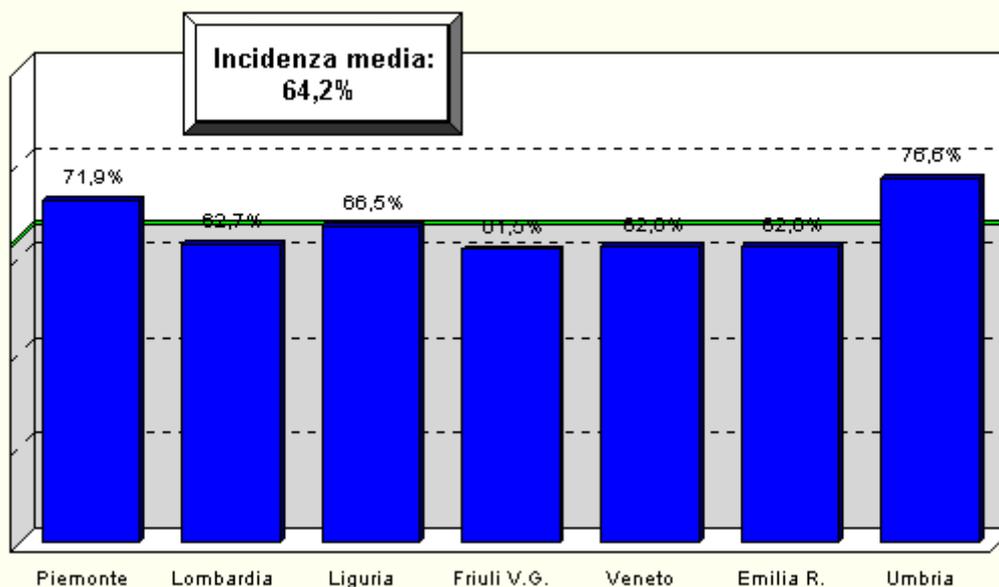
INCIDENZA DEL PRINCIPALE SETTORE DI SBOCCO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

A livello territoriale, sono invece Umbria e Piemonte le regioni nelle quali si riscontra una più marcata specializzazione dell'offerta di subfornitura con riferimento al settore di destinazione.

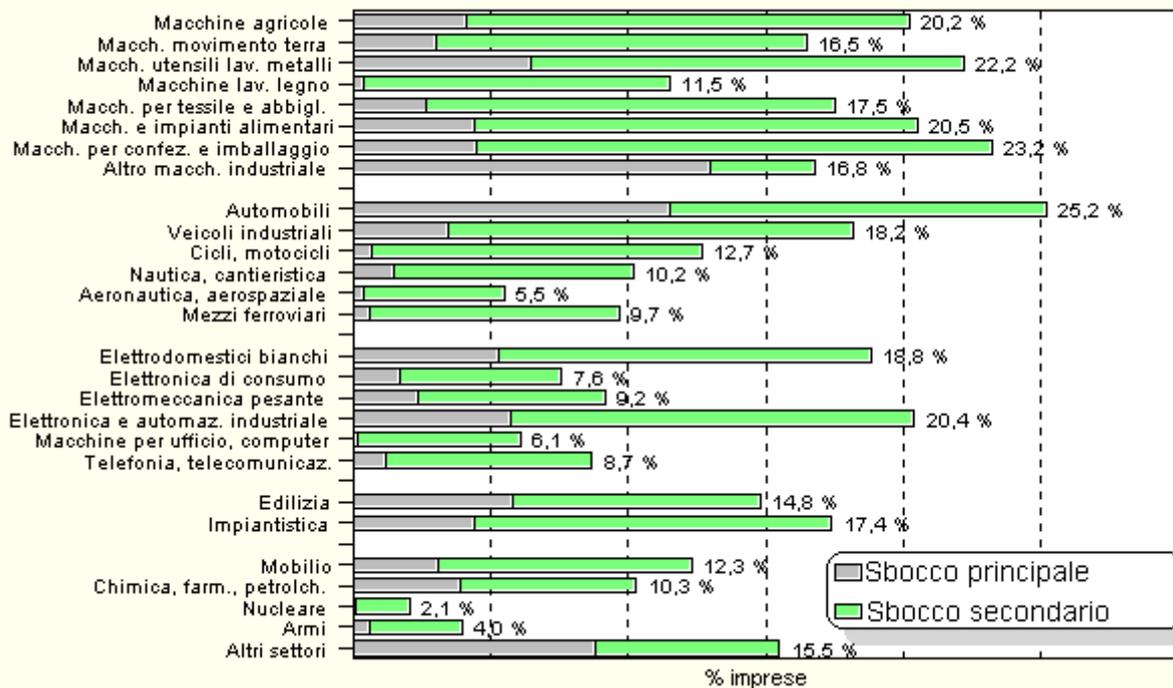
INCIDENZA DEL PRINCIPALE SETTORE DI SBOCCO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

L'industria verso la quale si indirizza il maggior numero di subfornitori è quella automobilistica: direttamente o indirettamente, essa costituisce la componente principale della domanda per l'11,5% dei subfornitori e rappresenta uno sbocco complementare per un altro 13,7%.

SETTORI DI SBOCCO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La varietà dei settori che alimentano in misura consistente il mercato della subfornitura è notevole, ma anche in questo caso va osservato che i riferimenti si modificano in misura apprezzabile in funzione delle dimensioni d'impresa:

per le aziende più piccole lo sbocco primario è più frequentemente rappresentato dai produttori di macchinari;

tra le aziende maggiori, si accentua invece l'importanza dell'automotive come riferimento di mercato.

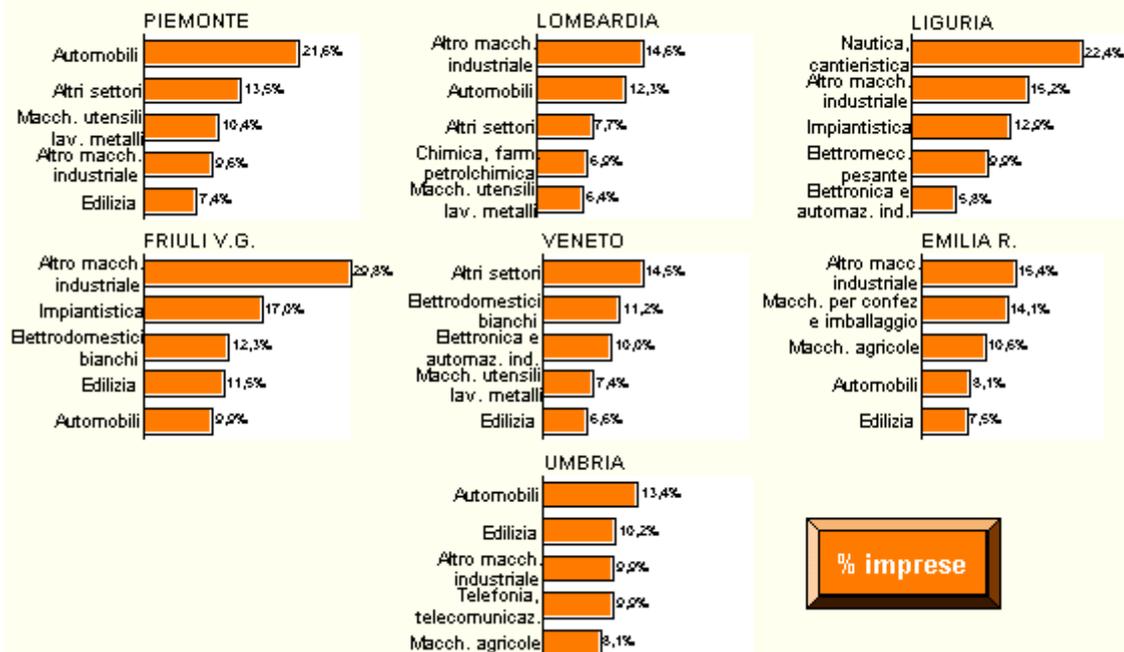
SETTORE DI SBOCCO PRINCIPALE

	In complessa	< 19 addetti	>=20 addetti
Macchine agricole	4,1	4,0	4,5
Macch. movimento terra	3,0	2,3	4,9
Macch. utensili lav. metalli	6,5	7,4	3,6
Macchine lav. legno	0,4	0,5	0,0
Macch. per tessile e abbigl.	2,7	2,6	2,7
Macch. e impianti alimentari	4,4	5,4	1,2
Macch. per confez. e imballaggio	4,5	5,4	1,7
Altra macch. industriale	10,0	13,1	12,9
MACCHINARI	39,6	40,7	31,5
Automobili	11,5	8,5	21,1
Veicoli industriali	3,5	2,5	6,8
Cicli, motocicli	0,7	0,4	1,4
Nautica, cantieristica	1,5	1,7	0,6
Aeronautica, aerospaziale	0,4	0,3	0,9
Mezzi ferroviari	0,6	0,7	0,2
MEZZI DI TRASPORTO	19,2	14,1	31,0
Elettrodomestici bianchi	5,3	6,2	2,4
Elettronica di consumo	1,7	1,1	3,7
Elettromeccanica pesante	2,4	2,7	1,7
Elettronica e automaz. industriale	5,7	5,9	4,9
Macchine per ufficio, computer	0,2	0,0	0,7
Telefonia, telecomunicaz.	1,2	0,8	2,5
ELETTROMECC./ELETTRONICA	16,5	16,7	15,9
Edilizia	5,8	6,0	5,2
Impiantistica	4,4	4,2	5,0
EDILIZIA/IMPIANT.	10,2	10,2	10,2
Mobili	3,1	3,9	0,5
Chimica, farm., petrolch.	3,9	4,6	1,9
Armi	0,6	0,7	0,2
Altri settori	9,9	9,1	8,5
ALTRE INDUSTRIE	16,5	19,3	11,1

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

Il profilo dei settori di sbocco si modifica inoltre notevolmente passando da una regione all'altra. Questo riflette sia la forte specializzazione territoriale dell'industria italiana, sia gli stretti legami che i subfornitori tendono a conservare con la committenza locale.

SETTORE DI SBOCCO PRINCIPALE GRADUATORIA NEI MERCATI REGIONALI



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

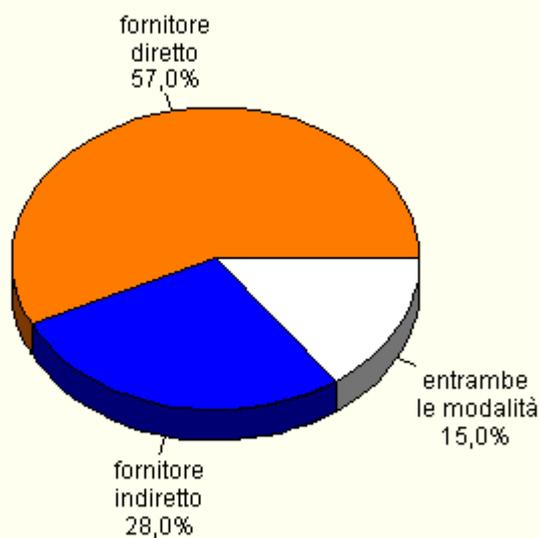
Il mercato e la domanda

Collocazione nella filiera

Il mercato della subfornitura tecnica è un mercato stratificato a più livelli, dove, all'interno di una stessa filiera produttiva, i rapporti con il produttore finale sono talora diretti, talora mediati da altri fornitori.

Oltre la metà delle imprese si pone, all'interno del settore di sbocco principale, esclusivamente come fornitore diretto. All'opposto, il 28% ha un rapporto unicamente indiretto con le componenti terminali della domanda e si posiziona sempre ai livelli successivi della catena di fornitura.

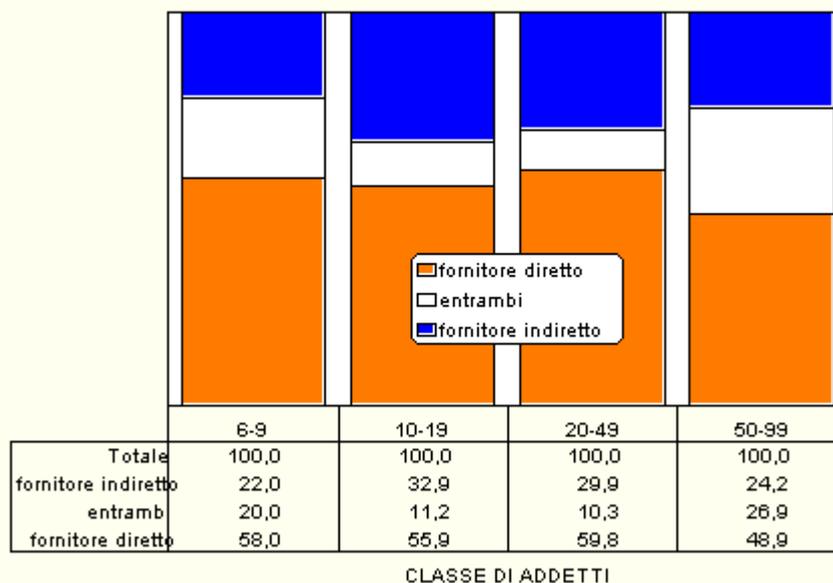
RAPPORTO CON I PRODUTTORI FINALI NEL SETTORE DI SBOCCO PRINCIPALE
% imprese



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La proporzione di subfornitori che si posizionano al primo e/o al secondo livello non differisce in misura significativa tra le diverse classi dimensionali. Solo oltre la soglia dei 50 addetti appare leggermente più diffusa la presenza di imprese che servono una clientela formata sia da produttori finali, sia da altri subfornitori.

RAPPORTO CON I PRODUTTORI FINALI NEL SETTORE DI SBOCCO PRINCIPALE
% imprese



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

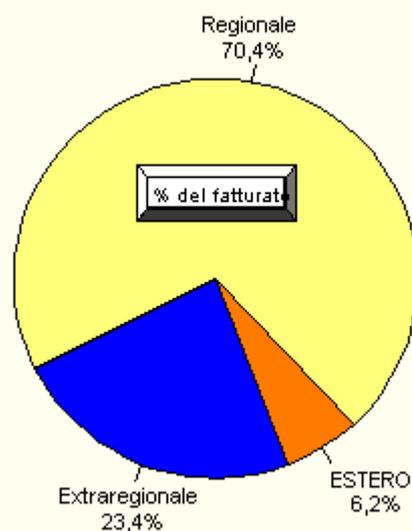
Indice
Precedente
Successiva

Il mercato e la domanda

Aree di mercato

Nel mercato della subfornitura la quota di fatturato che un subfornitore normalmente realizza con committenti localizzati nella propria regione continua a mantenersi su livelli elevati (70,4%) e piuttosto stabili nel tempo. La parte residua del giro d'affari è attivata in larga parte da clienti localizzati in altre regioni italiane (23,4%). In media, la componente estera si attesta sul 6,2%, un punto in meno rispetto al 7,2% registrato l'anno precedente.

AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La dipendenza dalla domanda regionale e, quindi, il forte legame con le industrie presenti sul territorio permane a livelli molto elevati per una frazione consistente delle imprese: oltre la metà delle aziende derivano dalla committenza regionale almeno i tre quarti del loro giro d'affari; al contrario meno di un subfornitore su cinque ha come riferimento prevalente (oltre la metà del proprio fatturato) la committenza extra regionale, italiana od estera.

Il legame con il contesto locale è particolarmente accentuato per le aziende con meno di 20 addetti, mentre si riduce significativamente per le dimensioni maggiori: la percentuale di subfornitori che realizza oltre i tre quarti del fatturato con la committenza della regione passa dal 67,8% nelle aziende più piccole al 18,1% tra le imprese con più di 50 addetti.

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

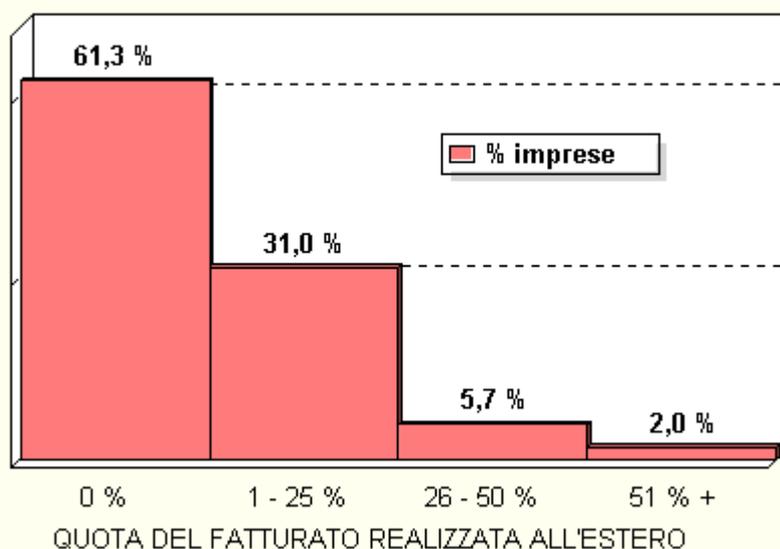
[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Il mercato e la domanda

Export

La presenza sui mercati internazionali coinvolge nel complesso un numero non certo marginale di subfornitori (38,7%), ma raramente l'attività che fa capo a committenti esteri si identifica con una componente particolarmente rilevante del giro d'affari: solo per il 7,7% degli operatori l'export rappresenta più di un quarto del fatturato aziendale.

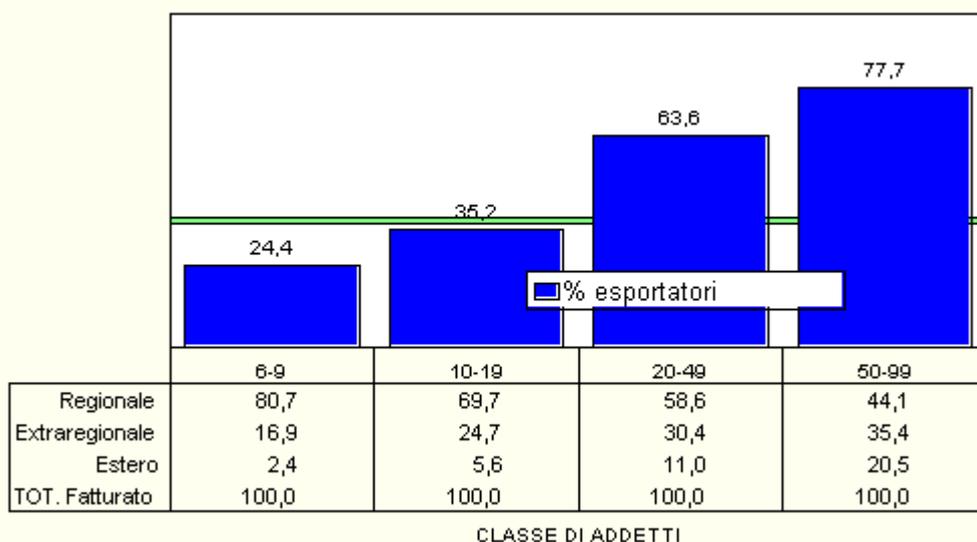
DIPENDENZA DAI MERCATI ESTERI



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La capacità di operare sul mercato internazionale cresce significativamente con le dimensioni d'impresa. Il mercato internazionale non appare comunque precluso neppure alla fascia più tipicamente artigianale e microindustriale (un quarto di queste imprese ha rapporti con committenti esteri).

AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA Ripartizione del fatturato e % di esportatori

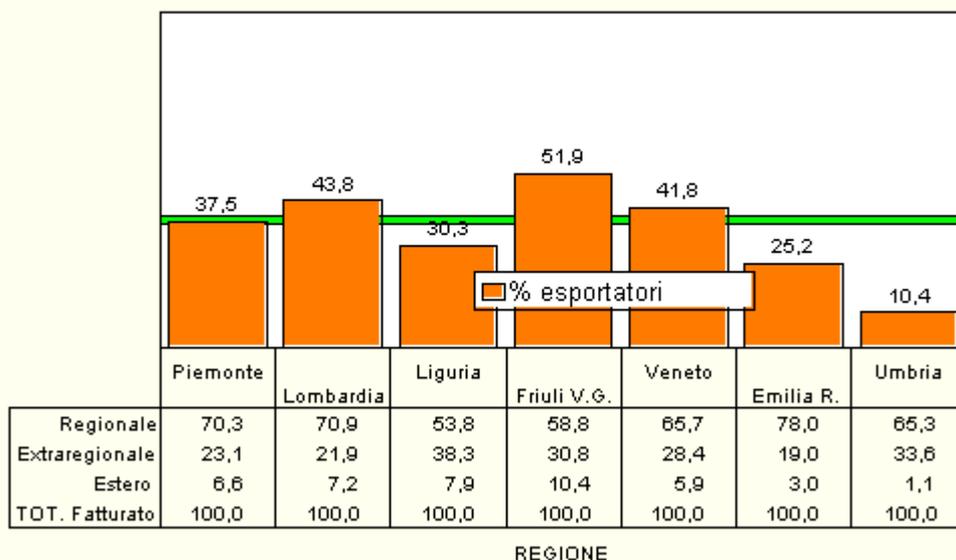


CLASSE DI ADDETTI

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La localizzazione territoriale rappresenta anch'essa un fattore che in qualche misura condiziona l'operatività all'estero: Emilia Romagna ed Umbria, le due regioni più lontane dai confini, sono contraddistinte da una proporzione ridotta di aziende esportatrici e, conseguentemente, da percentuali di export inferiori alla media.

AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA
Ripartizione del fatturato e % di esportatori



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La contrazione registrata nell'ultimo anno della quota di fatturato mediamente realizzata all'estero dai subfornitori italiani si manifesta in misura più o meno consistente in tutte le regioni e, con l'eccezione di Veneto e Friuli-Venezia Giulia, si associa ad una riduzione del numero di operatori attivi presso la committenza estera.

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice
Precedente
Successiva](#)

Il mercato e la domanda

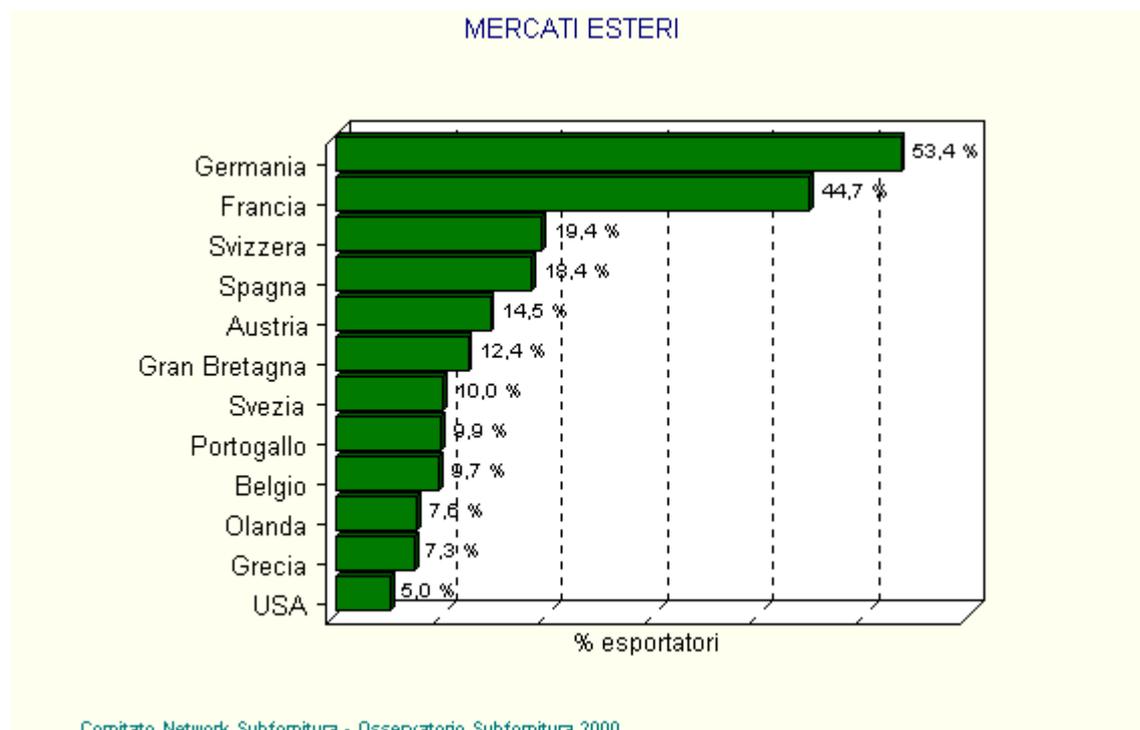
Mercati esteri

Anche nell'operatività sui mercati internazionali la distanza si conferma un elemento di fondamentale rilievo in un mercato come quello della subfornitura tecnica.

La geografia dei paesi esteri dove si indirizza l'attività di subfornitura non si è certo modificata nell'ultimo anno almeno per quanto riguarda le direttrici principali.

La Germania, che interessa il 53,4% degli esportatori, e la Francia (44,7%) mantengono saldamente le due posizioni in cima alla graduatoria dei paesi.

A questi due mercati, che rappresentano uno sbocco tradizionale per larga parte dei subfornitori, segue un gruppo di altri paesi che assumono ancora una certa rilevanza per numero di presenze: Svizzera, Spagna Austria e Gran Bretagna.



Se si escludono gli Stati Uniti, peraltro collocati in dodicesima posizione e con un numero piuttosto limitato di presenze, l'attività internazionale delle piccole e medie imprese di subfornitura trova di fatto i propri riferimenti di mercato soltanto su scala continentale e, in prima istanza, all'interno dell'Unione Europea.

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Le dinamiche del mercato

- [Andamento dell'attività](#)
- [Tendenza degli ordini](#)
- [Trend degli ordini per area di mercato](#)

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

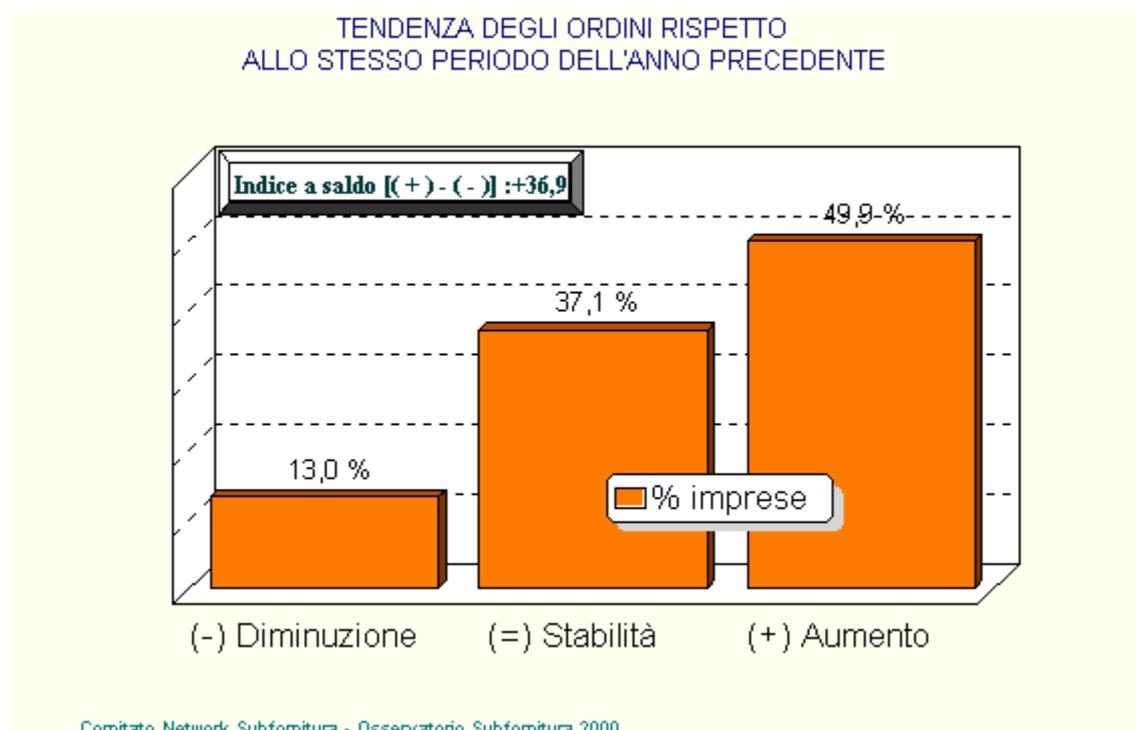
Le dinamiche del mercato

Tendenza degli ordini

Il livello degli ordini ricevuti dalle imprese a metà del 2000, rispetto alla situazione in essere nello stesso periodo dell'anno precedente, è in significativa crescita:

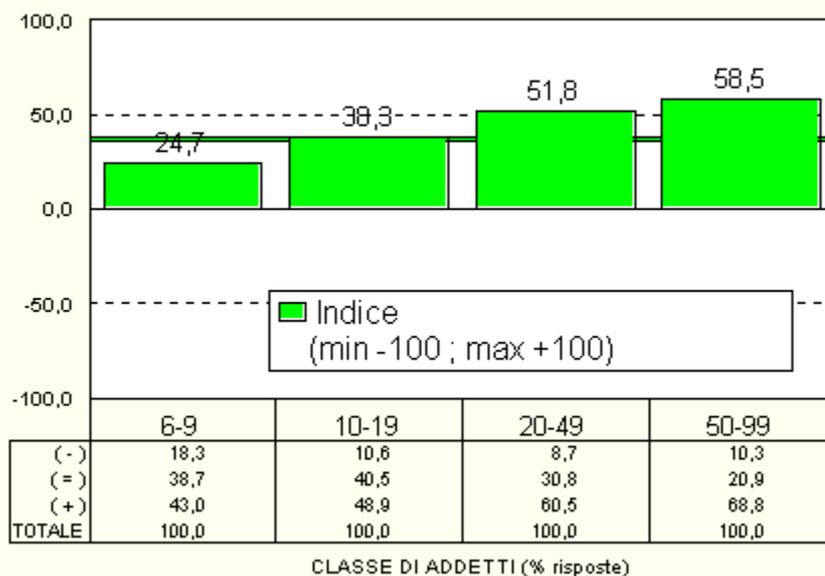
- un'azienda su due ha un portafoglio ordini superiore a quello dello scorso anno contro solo un 13% che segnala un livello degli ordinativi ridotto;

- l'indice calcolato a saldo (+36,9), che riassume l'evoluzione degli ordini, fa ritenere che l'anno in corso ha buone possibilità di chiudersi con risultati positivi per il settore.



La dinamica positiva degli ordini coinvolge tutte le dimensioni aziendali ed è particolarmente accentuata per le imprese con oltre 20 addetti. In particolare per le imprese più grandi nel 2000 sembra prospettarsi un recupero rispetto ai risultati non troppo brillanti con cui si è sviluppata l'attività nel 1999.

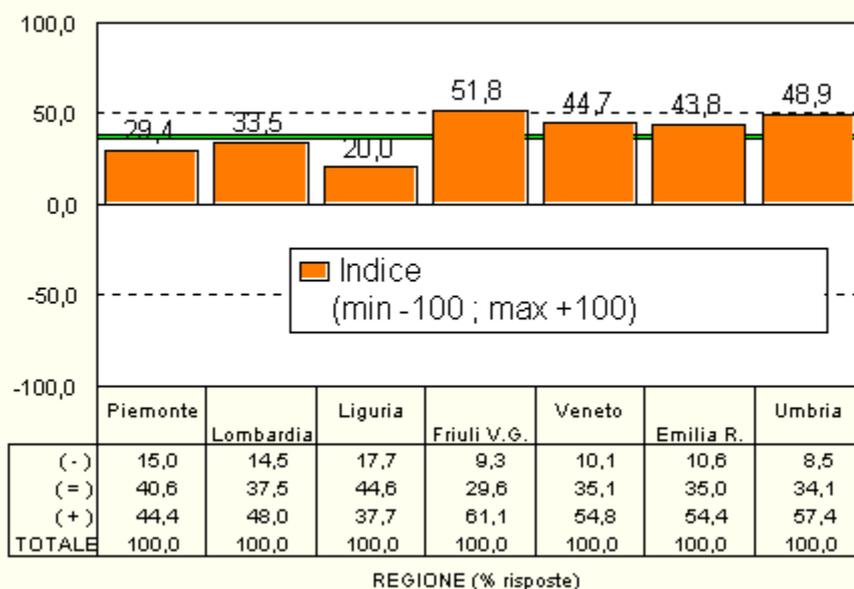
TENDENZA DEGLI ORDINI RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO PRECEDENTE



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

Il livello degli ordini è in crescita in tutte le regioni: l'indice a saldo è superiore alla media nelle regioni del Nord-Est, mentre si attesta su valori più contenuti, ma pur sempre nettamente positivi, in quelle del Nord-Ovest.

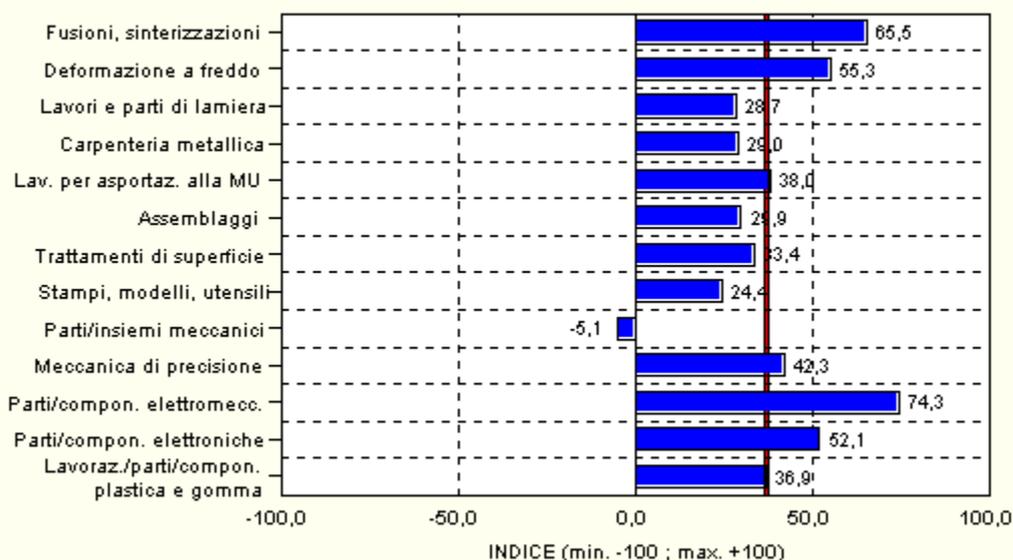
TENDENZA DEGLI ORDINI RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO PRECEDENTE



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

Sul versante dell'offerta la situazione appare critica solo per chi ha come attività prevalente la produzione di parti ed insiemi meccanici, mentre in tutti gli altri comparti l'evoluzione degli ordini è più che positiva.

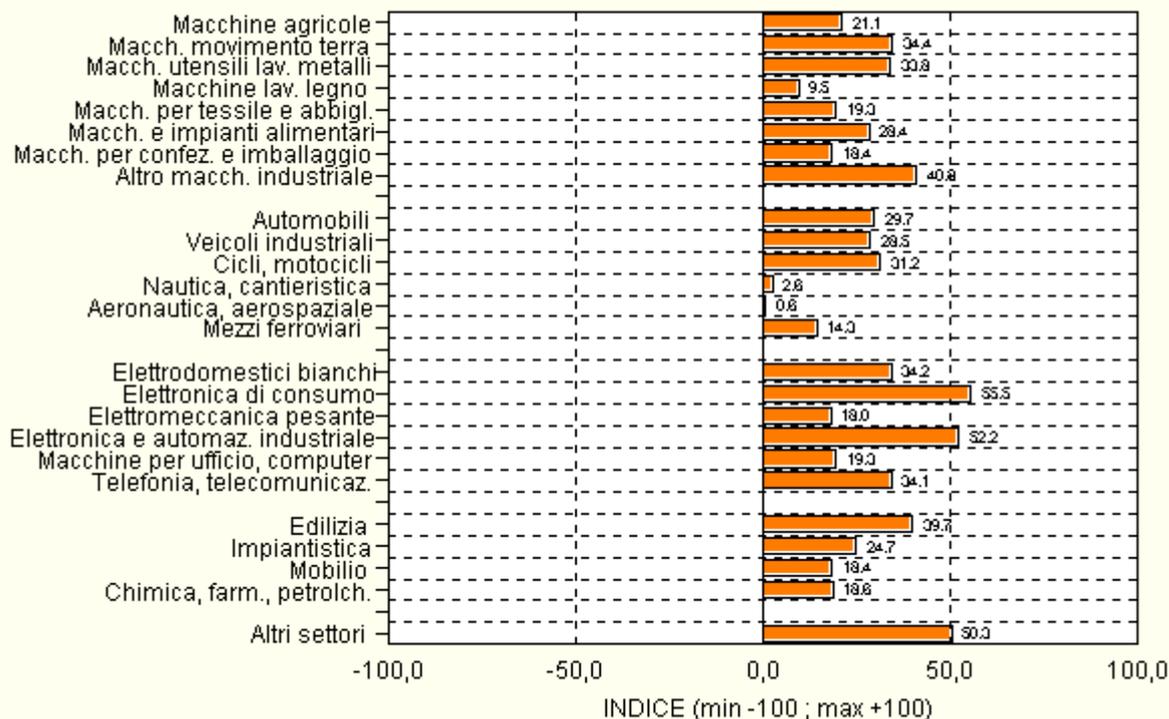
TENDENZA DEGLI ORDINI PER COMPARTO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

La dinamica positiva è generata, anche se con intensità diversa, da tutte le industrie che alimentano il mercato con la loro domanda. Particolarmente in crescita appaiono gli ordini provenienti dai settori dell'elettronica di consumo e dell'elettronica e automazione industriale.

TENDENZA DEGLI ORDINI PER SETTORE DI SBOCO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

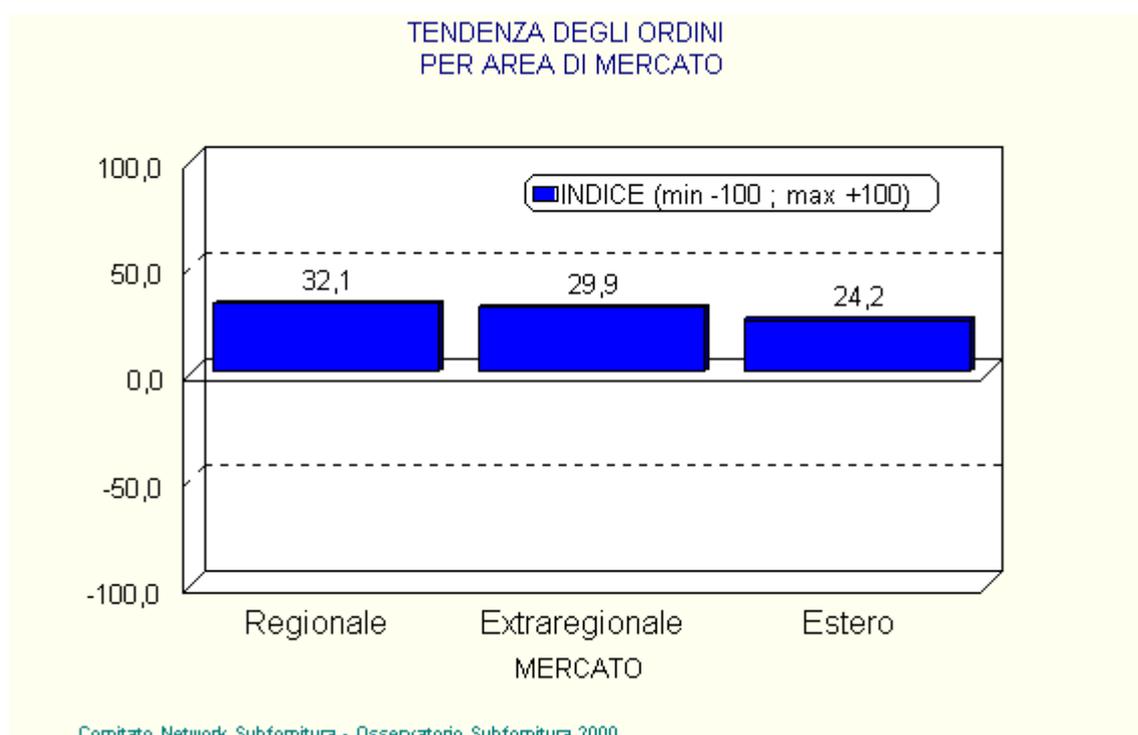
OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

Indice
Precedente
Successiva

Le dinamiche del mercato

Trend degli ordini per area di mercato

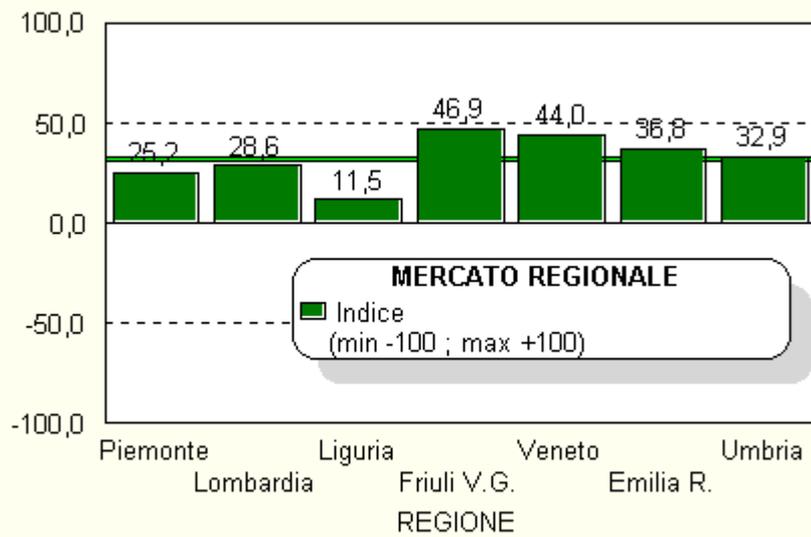
L'evoluzione positiva degli ordini riguarda tutta la committenza, sia regionale, che extra regionale ed estera. Il divario tra le diverse componenti territoriali della domanda è abbastanza limitato: l'indice a saldo passa da un massimo di +32,1 per quanto riguarda gli ordinativi provenienti da committenti locali ad un minimo di +24,2 per gli ordini provenienti dall'estero.



Il livello degli ordini provenienti dalla committenza locale, così come quelli provenienti dall'estero, presentano una crescita più accentuata della media nelle regioni del Nord-Est. Al contrario, Piemonte, Lombardia e Liguria presentano, sia per la componente locale della domanda, che per quella estera, indici che si attestano su valori positivi, ma inferiori alla media. E' la Liguria, in particolare, che sembra non beneficiare pienamente della congiuntura favorevole di cui gode in questo momento il settore della subfornitura.

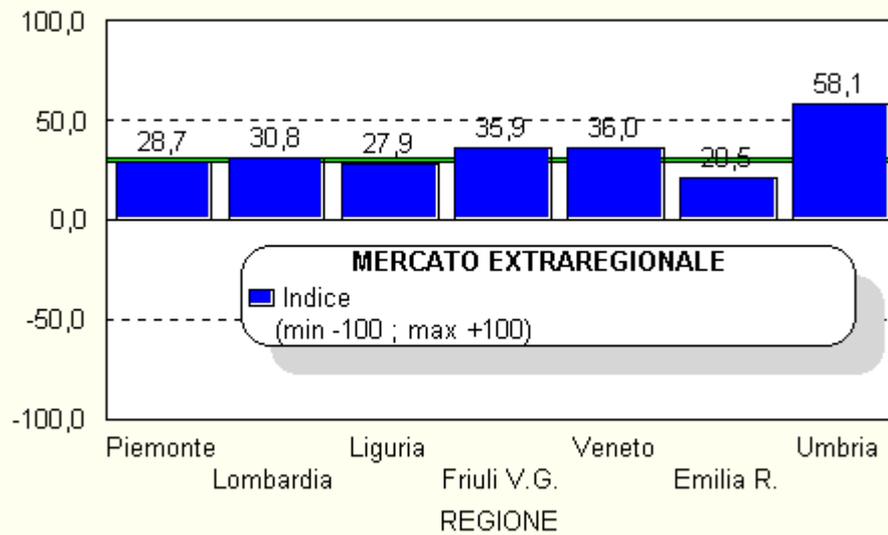
Più uniforme, invece, appare la dinamica degli ordini provenienti dalla committenza extra regionale. Si discosta solo l'Umbria dove, a fronte di un 63,9% di subfornitori con un carnet in crescita, vi è solo un 5,8% che lamenta un calo di ordinativi.

TENDENZA DEGLI ORDINI PER AREA DI MERCATO



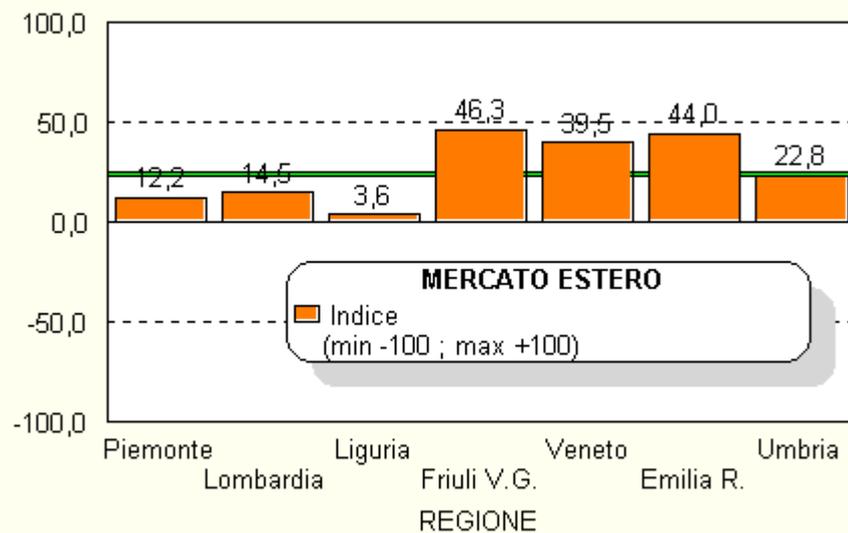
Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

TENDENZA DEGLI ORDINI PER AREA DI MERCATO



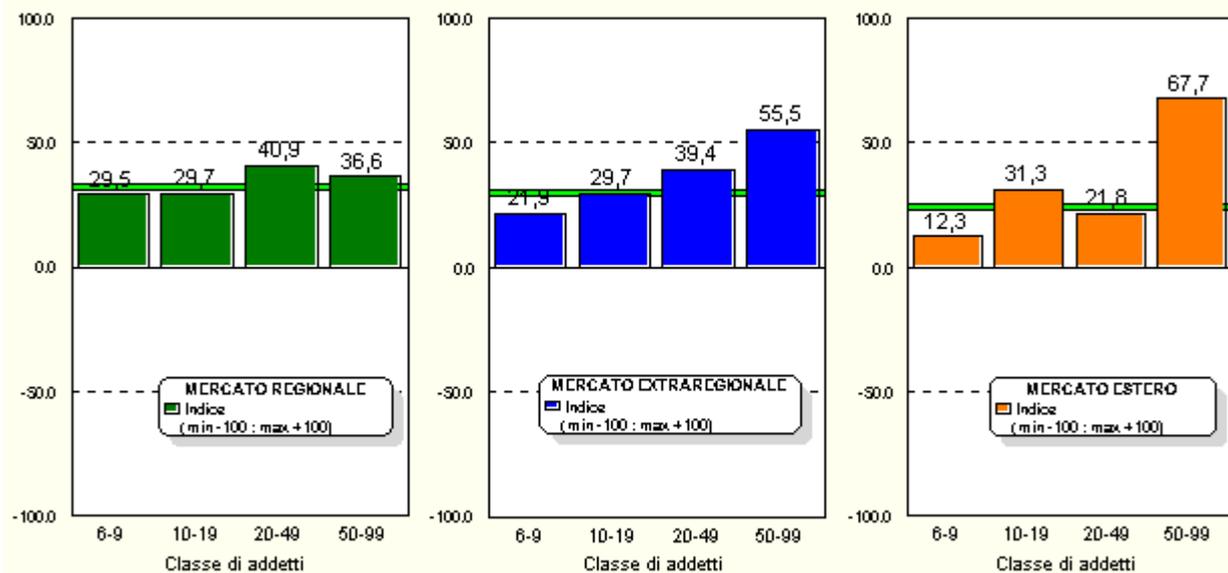
Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

TENDENZA DEGLI ORDINI PER AREA DI MERCATO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

TENDENZA DEGLI ORDINI PER AREA DI MERCATO

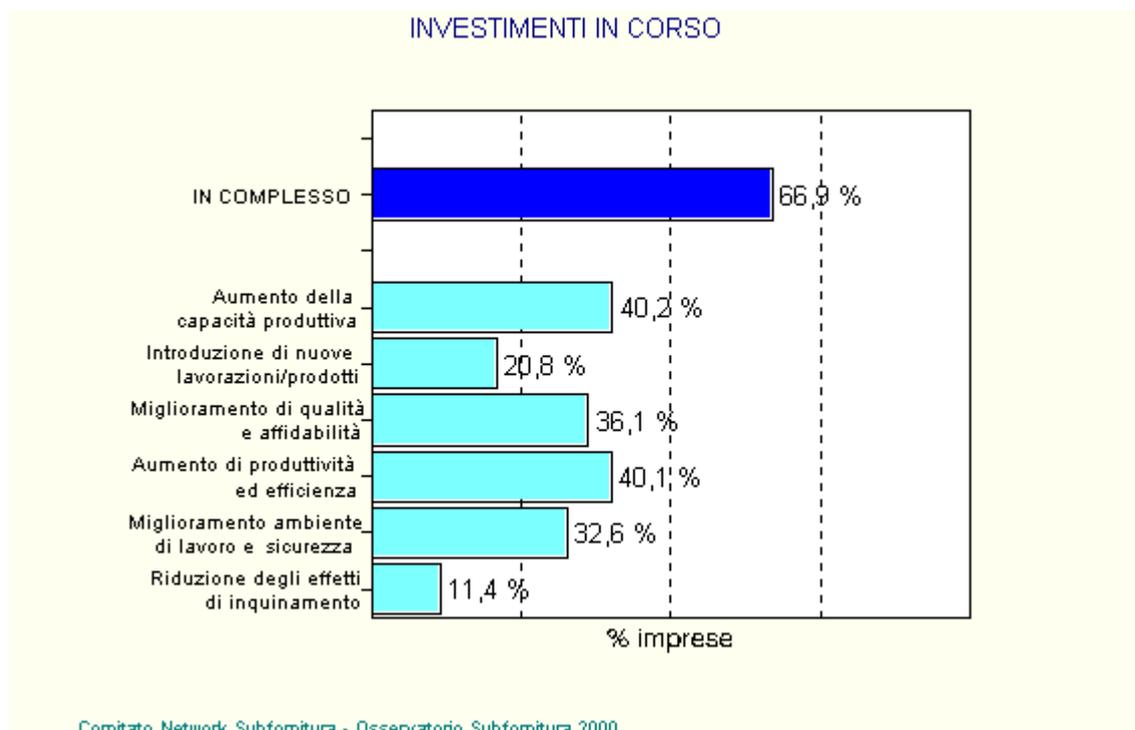


Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

Gli investimenti in corso

Le dinamiche fondamentalmente positive, che hanno contraddistinto il mercato negli ultimi 2-3 anni, hanno solo in parte prodotto effetti di stimolo all'investimento. Programmi di investimento sono in corso presso il 66,9% delle imprese, quota in leggera crescita rispetto allo scorso anno.



Come in passato, l'investimento non è sostenuto solo da politiche aziendali tese a perseguire la crescita e l'aumento delle capacità produttive delle imprese; spesso, infatti, è anche orientato ad interventi volti ad incidere sull'efficienza e sulla produttività aziendale, nonché al miglioramento della qualità e della affidabilità dei prodotti o delle lavorazioni eseguite. L'attenzione è pure frequentemente rivolta all'ambiente di lavoro e alla sicurezza (circa un terzo dei subfornitori è impegnato anche su questo fronte).

La propensione a investire è positivamente correlata con le dimensioni aziendali e tale caratteristica si mantiene a prescindere dalle finalità che motivano i programmi di investimento. L'unica eccezione è rappresentata dagli investimenti finalizzati al miglioramento dell'ambiente di lavoro e della sicurezza, che sono più frequenti nel gruppo di aziende di dimensioni intermedie (da 10 a 49 addetti).

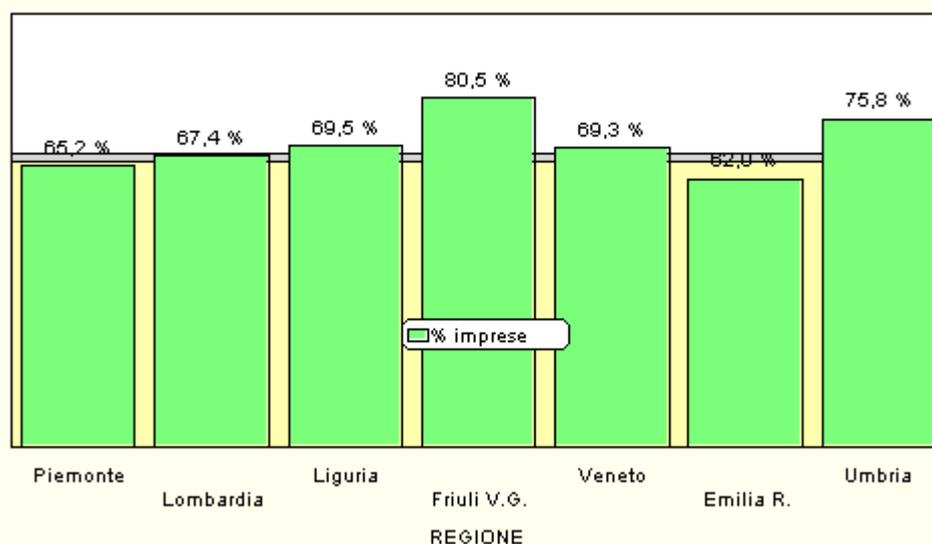
INVESTIMENTI IN CORSO % imprese

	Classe Addetti totale	6-9	10-19	20-49	50-99
IN COMPLESSO di cui per:	66,9	57,3	67,4	79,7	85,2
Aumento della capacità produttiva	40,2	27,4	42,8	52,2	68,3
Introduzione di nuove lavorazioni/prodotti	20,8	15,0	23,1	24,0	33,8
Miglioramento di qualità e affidabilità	36,1	28,8	36,1	47,5	46,0
Aumento di produttività ed efficienza	40,1	31,6	41,1	50,0	56,1
Miglioramento ambiente di lavoro e sicurezza	32,6	22,6	38,0	40,5	30,6
Riduzione degli effetti di inquinamento	11,4	6,9	12,3	15,9	20,7

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

In tutte le regioni la percentuale di imprese che hanno in corso investimenti è superiore al 60% con punte che raggiungono il 76% in Umbria e l'80% in Friuli-Venezia Giulia.

IMPRESE CON INVESTIMENTI IN CORSO



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

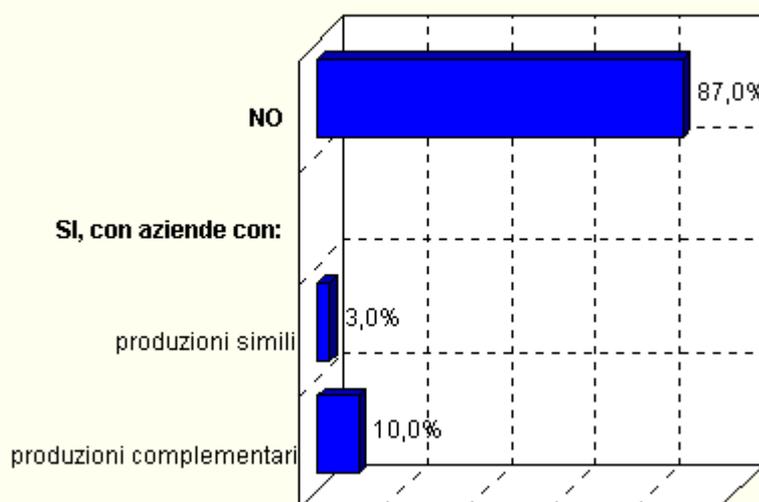
Aggregazione dell'offerta

Precedenti rilevazioni dell'Osservatorio hanno messo in evidenza che le limitate dimensioni d'impresa sono identificate dagli stessi operatori come uno dei vincoli maggiori all'attuazione di politiche aziendali coerenti con le nuove condizioni che si vanno determinando nei mercati. Allo stesso tempo molte aziende si sono dichiarate propense a considerare come strada percorribile per superare il vincolo dimensionale lo sviluppo per linee esterne, mediante aggregazioni, partnership e forme svariate di collaborazione con altre imprese.

Dai dati rilevati in questa edizione risulta peraltro che tale orientamento riceve solo raramente (13%) sollecitazioni dirette provenienti dal versante della domanda.

PROCESSI DI AGGREGAZIONI DELL'OFFERTA SOLLECITATI DALLA COMMITTENZA

% imprese

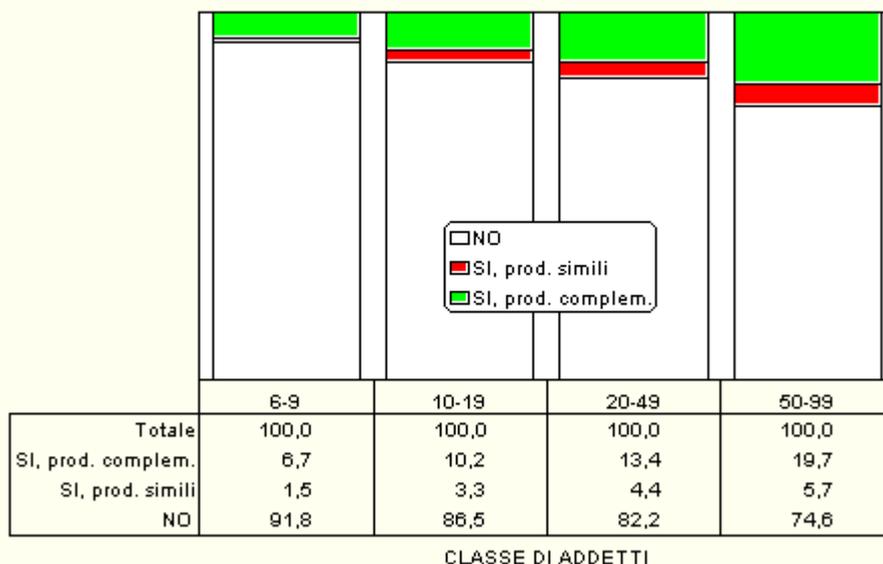


Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

In ogni caso, le indicazioni che la committenza indirizza esplicitamente agli operatori riguardano essenzialmente processi di aggregazione tra aziende con produzioni complementari e riflettono, quindi, soprattutto la necessità che sul mercato emerga una subfornitura in grado di proporre un'offerta più integrata.

Le sollecitazioni ad organizzarsi in questi termini sono più frequentemente rivolte alle aziende più grandi, mentre i subfornitori che operano con una scala dimensionale oltremodo ridotta appaiono paradossalmente meno incentivati dal mercato a muoversi nella stessa direzione.

PROCESSI DI AGGREGAZIONI DELL'OFFERTA SOLLECITATI DALLA COMMITTENZA
% imprese



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

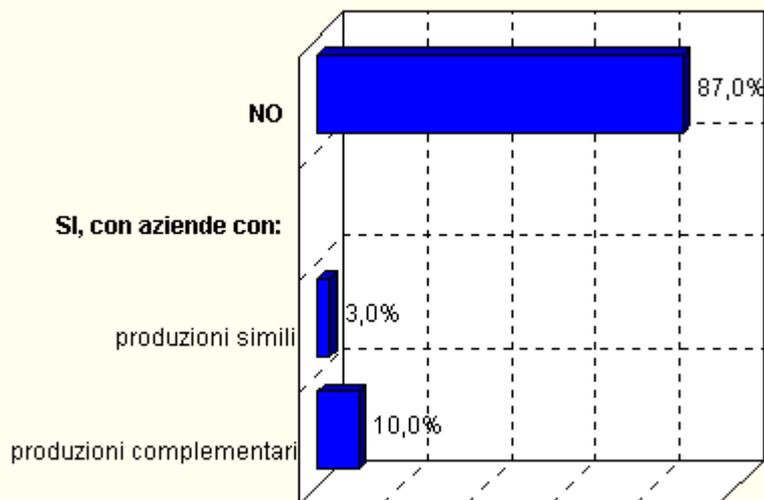
[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Aggregazione dell'offerta

Precedenti rilevazioni dell'Osservatorio hanno messo in evidenza che le limitate dimensioni d'impresa sono identificate dagli stessi operatori come uno dei vincoli maggiori all'attuazione di politiche aziendali coerenti con le nuove condizioni che si vanno determinando nei mercati. Allo stesso tempo molte aziende si sono dichiarate propense a considerare come strada percorribile per superare il vincolo dimensionale lo sviluppo per linee esterne, mediante aggregazioni, partnership e forme svariate di collaborazione con altre imprese.

Dai dati rilevati in questa edizione risulta peraltro che tale orientamento riceve solo raramente (13%) sollecitazioni dirette provenienti dal versante della domanda.

PROCESSI DI AGGREGAZIONI DELL'OFFERTA SOLLECITATI DALLA COMMITTENZA
% imprese

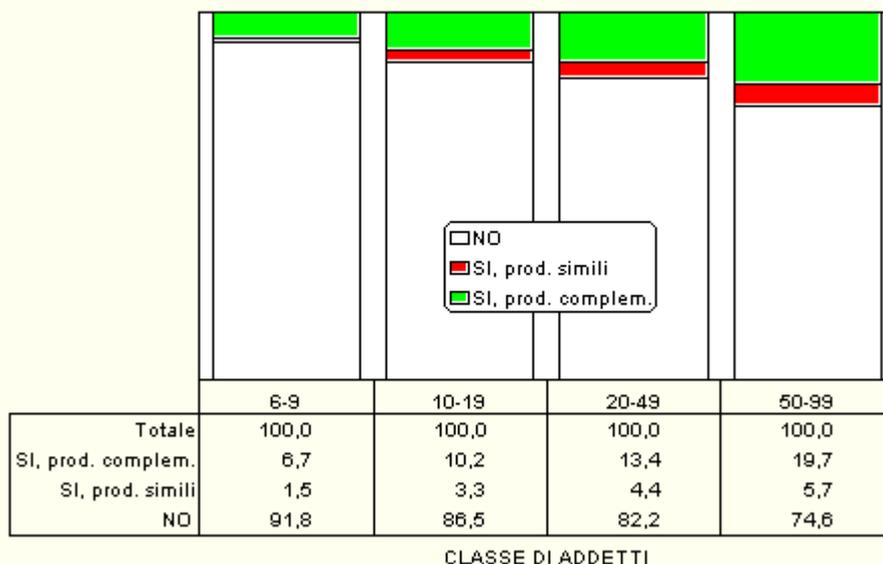


Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

In ogni caso, le indicazioni che la committenza indirizza esplicitamente agli operatori riguardano essenzialmente processi di aggregazione tra aziende con produzioni complementari e riflettono, quindi, soprattutto la necessità che sul mercato emerga una subfornitura in grado di proporre un'offerta più integrata.

Le sollecitazioni ad organizzarsi in questi termini sono più frequentemente rivolte alle aziende più grandi, mentre i subfornitori che operano con una scala dimensionale oltremodo ridotta appaiono paradossalmente meno incentivati dal mercato a muoversi nella stessa direzione.

PROCESSI DI AGGREGAZIONI DELL'OFFERTA SOLLECITATI DALLA COMMITTENZA
% imprese



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Informatica e di Internet

Le imprese di subfornitura, per la natura dell'attività svolta e per la cultura imprenditoriale di chi le guida, sono spesso ritenute particolarmente attente alle tecnologie inerenti i processi produttivi e sufficientemente attrezzate a recepire soluzioni innovative che coinvolgono direttamente la sfera tecnica delle competenze aziendali.

L'impresa di subfornitura appare talora meno reattiva nell'affrontare cambiamenti che coinvolgono altri ambiti dell'organizzazione o meno sensibile nell'accogliere novità che possono incidere sul suo modo di rapportarsi al mercato e di mettersi in relazione con l'ambiente esterno.

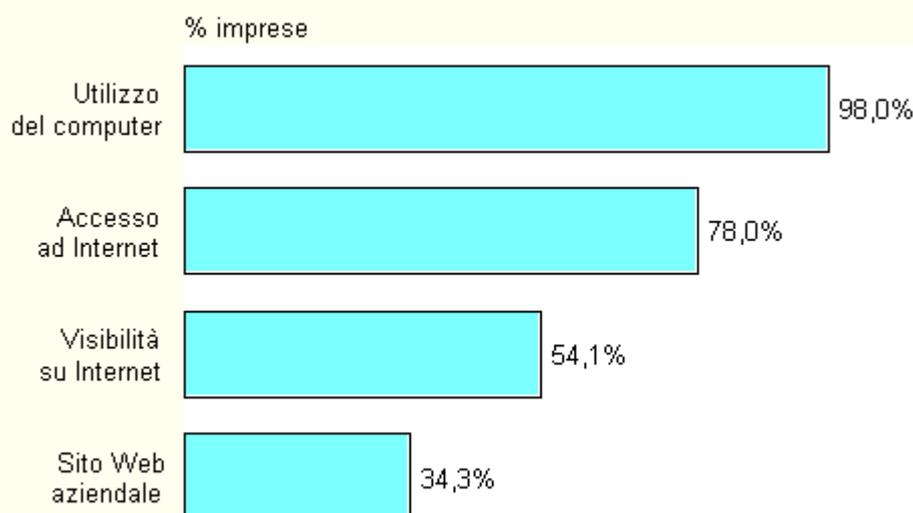
In merito a questo secondo aspetto, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione mettono oggi a disposizione soluzioni e strumenti la cui disponibilità e il cui utilizzo possono avere effetti rilevanti sulle capacità competitive delle aziende e/o sono in grado di incidere in misura significativa sulle opportunità di mercato a cui gli operatori possono accedere.

Lo sviluppo di Internet, in particolare, può avere conseguenze non secondarie sulla configurazione che andranno assumendo i mercati e sulle logiche che guideranno l'evoluzione dei rapporti committente-fornitore.

Da queste considerazioni nasce l'interesse dell'Osservatorio ad approfondire questi temi, verificando la

situazione in essere nel sistema della subfornitura e gli orientamenti che stanno maturando nelle aziende.

INFORMATICA E INTERNET: SITUAZIONE E ORIENTAMENTI DELLE AZIENDE



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

- [Utilizzo del computer](#)
- [Accesso a Internet: diffusione e importanza](#)
- [Visibilità sul Web](#)
- [Orientamenti nell'utilizzo](#)
- [Ruolo dei committenti](#)
- [Conseguenze sul mercato](#)

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

[Indice](#)
[Precedente](#)
[Successiva](#)

Informatica e di Internet

Utilizzo del computer

Le imprese sono quasi tutte ormai dotate di un computer e lo utilizzano ampiamente nello svolgimento della loro attività. Le poche eccezioni (2%) si concentrano nella classe dimensionale inferiore.

I sistemi informatici, più o meno complessi, sono utilizzati in diversi ambiti, ma l'impiego più generalizzato rimane quello legato alla gestione della contabilità e amministrazione; anzi, nel 13,1% dei casi il computer viene utilizzato esclusivamente in questo ambito.

UTILIZZO DEL COMPUTER



Comitato Network Subfomitura - Osservatorio Subfomitura 2000

Il tasso di impiego del computer, in tutte le sue applicazioni, è strettamente correlato con le dimensioni aziendali. Mentre però il divario tra piccole e grandi dimensioni è relativamente contenuto per quanto concerne l'impiego in contabilità ed amministrazione, negli altri ambiti lo scarto è decisamente elevato. Si passa da una differenza di 40 punti percentuali per quanto riguarda l'utilizzo per il controllo di gestione ad una differenza che supera i 70 punti percentuali per quanto concerne l'impiego nel controllo di qualità.

AMBITI DI UTILIZZO DEL COMPUTER

% imprese

	totale	Classe Addetti			
		6-9	10-19	20-49	50-99
Utilizzo del computer	98,0	94,4	100,0	100,0	100,0
Contabilità amministrazione	94,2	90,6	95,4	97,4	100,0
Controllo gestione	47,6	33,4	49,6	64,2	73,1
Programmaz. produzione	48,5	33,2	51,7	61,8	87,1
Gestione magazzini	44,6	30,5	43,7	62,6	89,8
Gestione ordini	63,0	44,9	67,9	79,5	95,0
Progettazione	36,6	28,4	33,0	51,2	72,6
Qualità	38,8	20,6	38,2	61,7	92,3

Comitato Network Subfomitura - Osservatorio Subfomitura 2000

Per quanto riguarda l'informatica, nelle aziende più piccole, soprattutto, la penetrazione è pertanto avvenuta in ambiti molto circoscritti dell'organizzazione aziendale; ma anche nelle aziende più grandi rimangono probabilmente alcune aree ancora insufficientemente coperte.

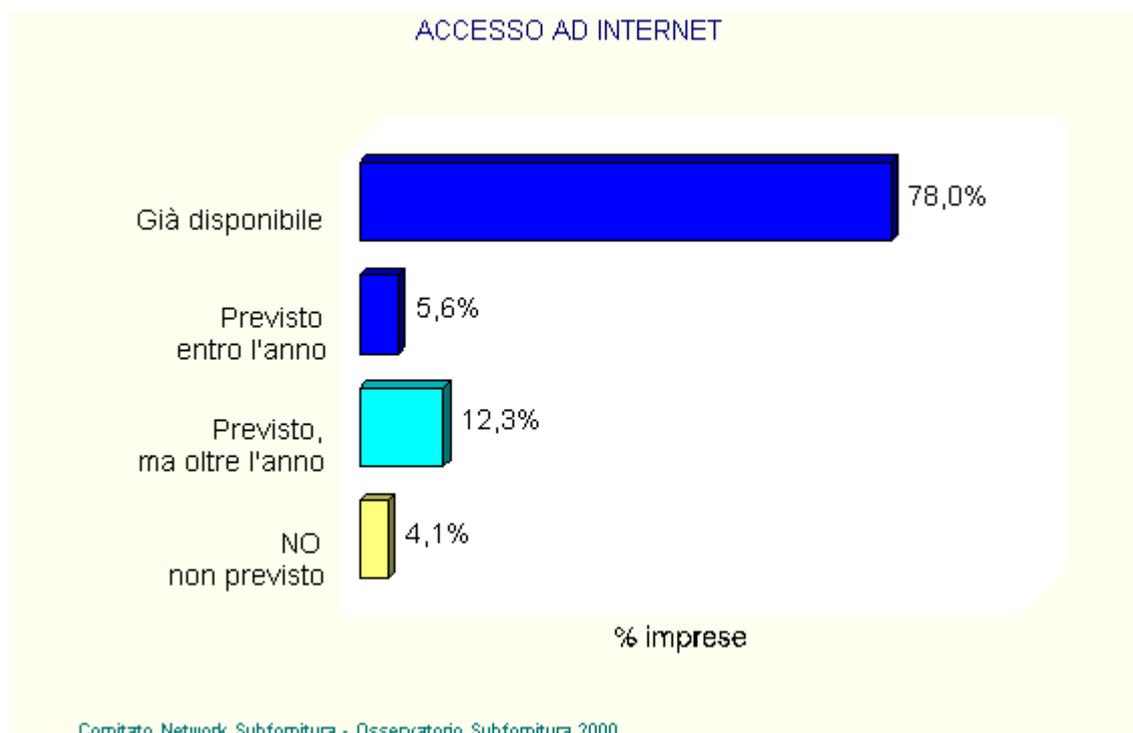
OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

Indice
Precedente
Successiva

Informatica e di Internet

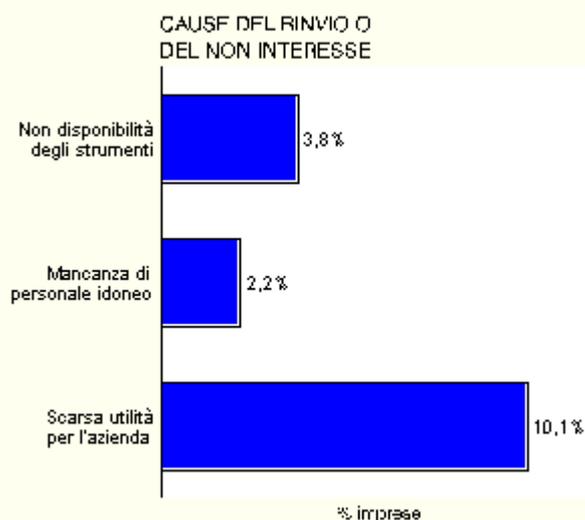
Accesso a Internet: diffusione e importanza

Larga parte dei subfornitori è già collegata ad Internet o prevede di farlo entro il 2000. Solo un 4% non ha in programma, almeno per il momento, di dotarsi di un accesso alla rete.



Il motivo principale per cui le aziende non sentono una necessità immediata di collegarsi ad Internet dipende dal fatto che al momento lo ritengono di scarsa utilità per la loro impresa (10,1%). Un numero decisamente inferiore rimanda la decisione perchè non dispone degli strumenti necessari, quali computer, modem, ecc., o non ha personale in grado di utilizzare Internet efficacemente.

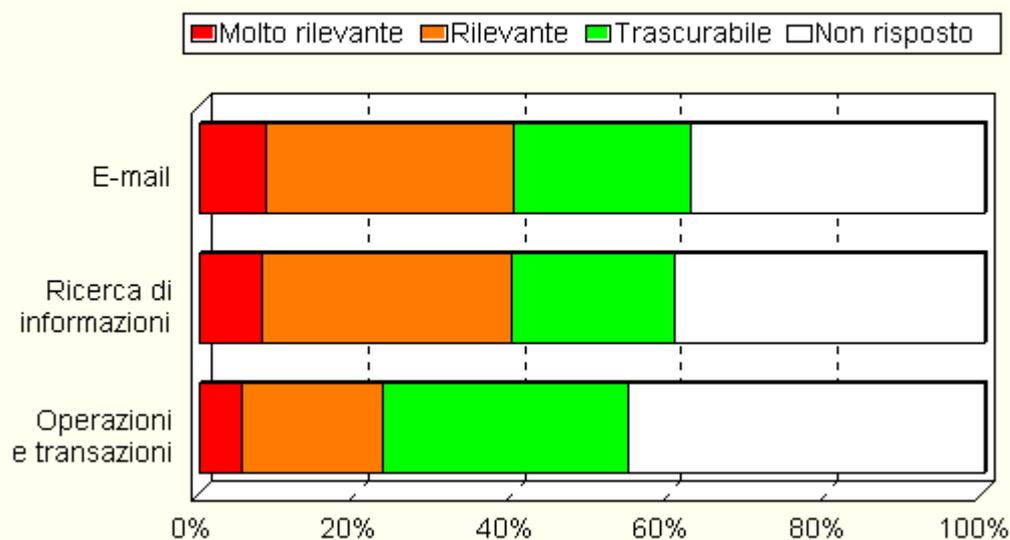
ACCESSO AD INTERNET



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

L'accesso ad Internet è ritenuto importante da quattro subfornitori su dieci per le possibilità che offre di utilizzare la posta elettronica e di ricercare informazioni o effettuare consultazioni di cataloghi, banche dati, ecc.. Meno rilevante, almeno per ora, appare l'opportunità di realizzare attraverso Internet operazioni bancarie, acquisti, transazioni.

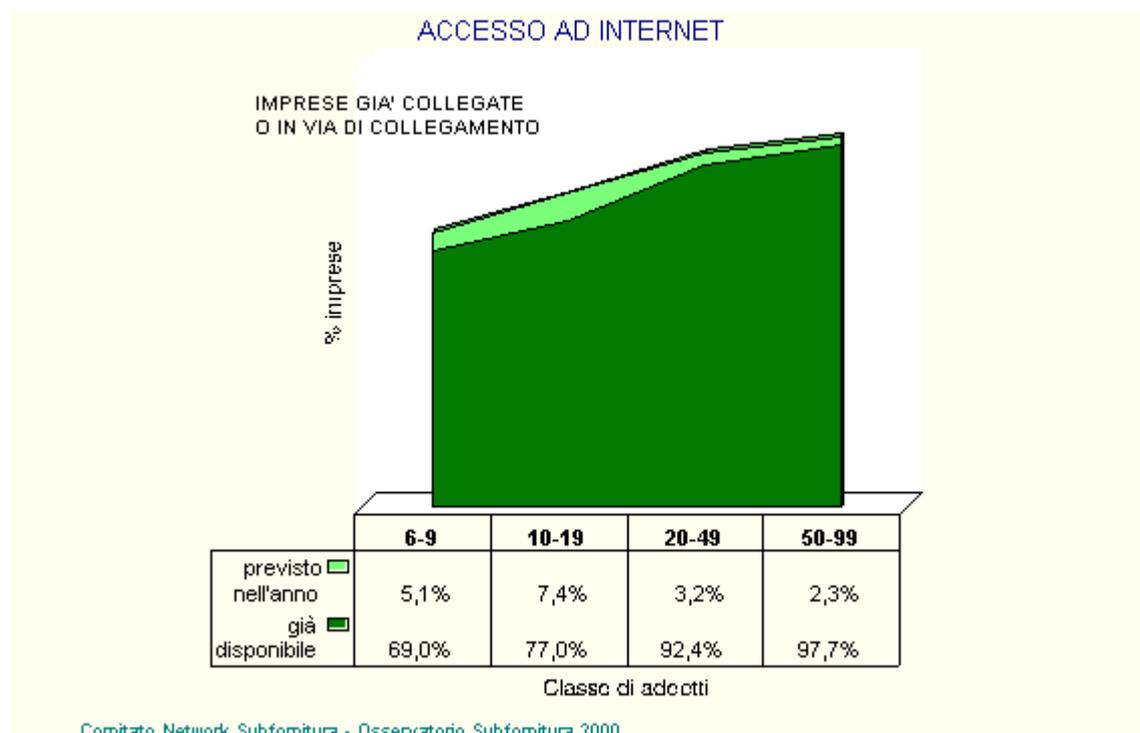
IMPORTANZA DI ALCUNE FUNZIONALITA' DI INTERNET



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

Anche la diffusione degli accessi ad Internet è fortemente correlata alle dimensioni aziendali: al termine dell'anno tutte le aziende con oltre 50 addetti saranno collegate, mentre nel gruppo delle aziende più

piccole l'accesso sarà disponibile solo in due casi su tre.



Anche l'importanza attribuita alle diverse funzionalità della rete cresce al crescere delle dimensioni d'impresa.

IMPORTANZA DI ALCUNE FUNZIONALITA' DI INTERNET

% imprese

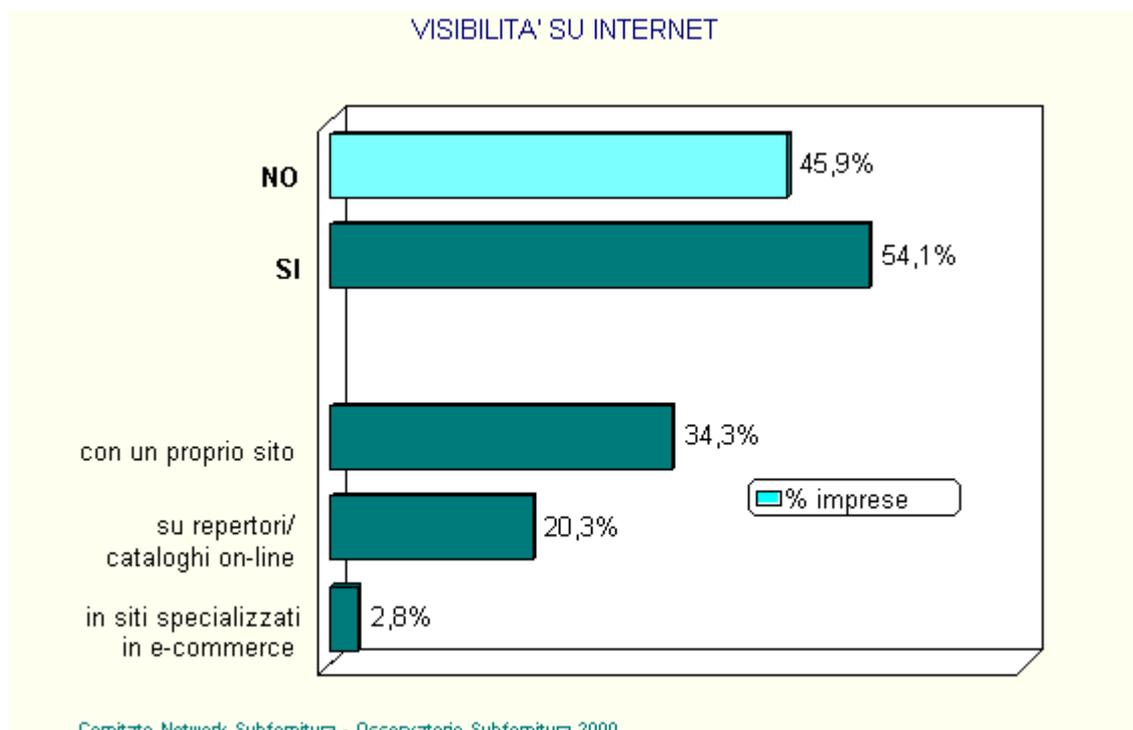
	totale	Classe Addetti			
		6-9	10-19	20-49	50-99
E-MAIL					
molto rilevante	8,3	6,7	7,9	9,6	20,1
rilevante	31,7	25,1	35,1	36,6	33,5
trascurabile	22,6	28,4	21,0	17,1	13,9
non risposto	37,4	39,7	36,1	36,8	32,6
RICERCA DI INFORMAZIONI					
molto rilevante	7,9	8,4	8,3	6,3	5,9
rilevante	31,7	24,9	35,8	35,2	34,3
trascurabile	21,0	23,8	18,0	20,3	26,6
non risposto	39,5	42,9	37,8	38,1	33,2
OPERAZIONI E TRANSAZIONI					
molto rilevante	5,3	4,3	5,9	7,2	0,9
rilevante	17,9	13,4	22,7	15,7	20,9
trascurabile	31,4	34,3	25,2	37,0	39,7
non risposto	45,4	48,0	46,2	40,1	38,5

Comitato Network Subfomitura - Osservatorio Subfomitura 2000

Informatica e di Internet

Visibilità sul Web

L'accesso ad Internet è funzionale non solo per interconnettersi con altri operatori, per comunicare con essi o per ricercare notizie ed informazioni, ma spesso è anche utilizzato come vetrina della propria azienda. Infatti oltre la metà dei subfornitori è già visibile sulla rete.

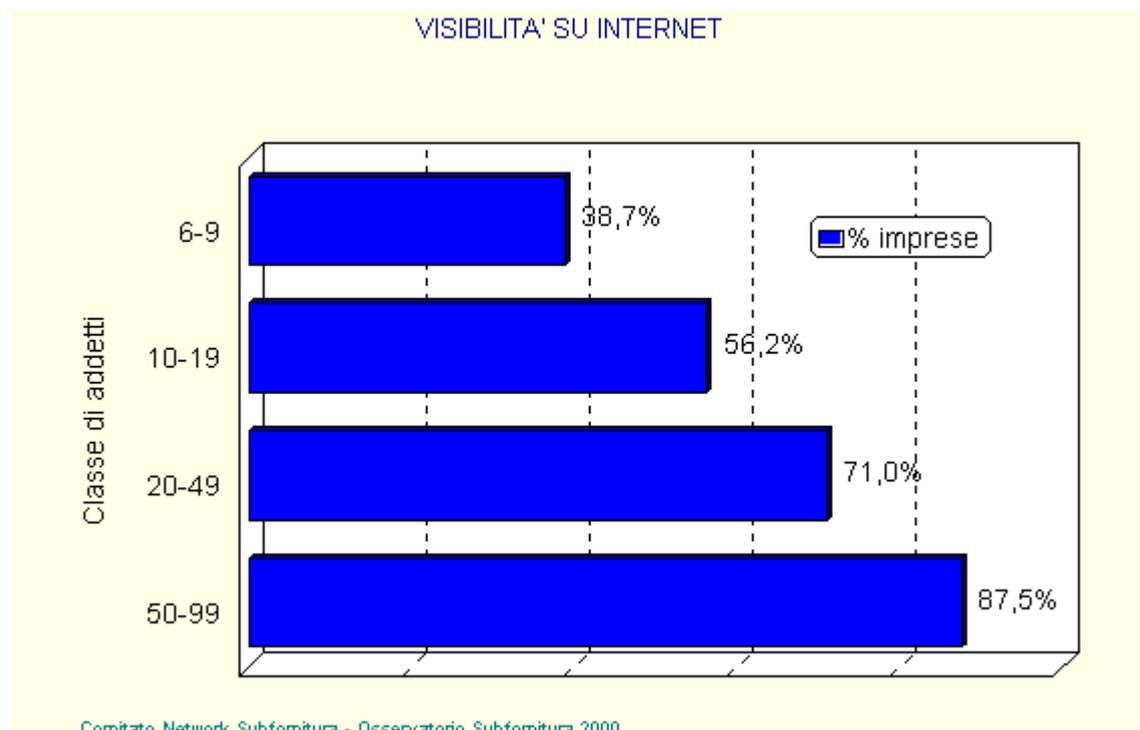


La modalità di presenza più frequente è rappresentata dalla creazione di un sito aziendale: più di un terzo dei subfornitori ha un proprio sito dove presenta l'azienda, i prodotti e le lavorazioni eseguite. Un quinto degli operatori è visibile soltanto attraverso una o più pagine informative pubblicate su repertori o cataloghi on-line. Esigua, invece, è la presenza di subfornitori nell'ambito di siti specializzati nel commercio elettronico.

Alcune aziende sono visibili su Internet attraverso più canali: in genere con un proprio sito ed una pagina informativa su repertori o cataloghi specializzati.

La proporzione delle aziende visibili su Internet cresce al crescere delle dimensioni. Al di sotto della soglia dei 10 addetti solo poco più di un terzo delle imprese è presente sulla rete e, molto spesso, solo con una pagina informativa pubblicata in repertori o cataloghi. Ben l'87,5% delle imprese con 50 e più addetti, all'opposto, è presente su Internet e quasi sempre con un sito aziendale. Se da un lato questo può essere conseguenza di un minor interesse/necessità delle aziende minori a promuoversi attraverso la rete,

dall'altro è certamente un indicatore del fatto che esse hanno maggiori difficoltà a cogliere le opportunità offerte da Internet.



VISIBILITA' SU INTERNET
% imprese

	totale	Classe Addetti 6-9	10-19	20-49	50-99
Sono visibili su Internet	54,1	38,7	56,2	71,0	87,5
con un proprio sito	34,3	15,5	35,5	56,4	80,8
su repertori/ cataloghi on-line	20,3	21,9	20,4	18,6	12,7
in siti specializzati in e-commerce	2,8	2,5	3,3	2,9	0,4

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

Informatica e di Internet

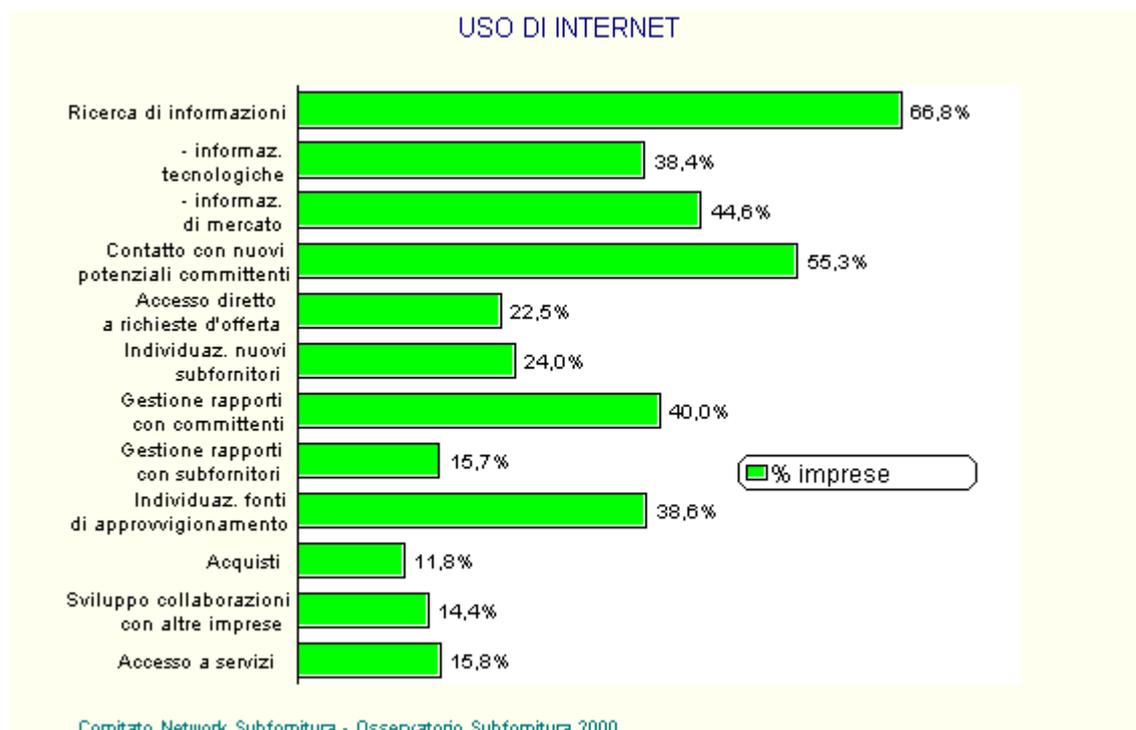
Orientamenti nell'utilizzo

Le imprese utilizzano, o pensano di utilizzare nel prossimo futuro, Internet per soddisfare una serie abbastanza ampia di esigenze.

L'impiego più frequente è finalizzato alla ricerca di informazioni, siano esse informazioni di mercato o di tipo tecnologico.

Rilevante è anche il numero di subfornitori che è orientato ad utilizzare la rete per avviare e gestire rapporti con altri operatori. Il 55,3% delle imprese vede nella rete uno strumento per entrare in contatto con nuovi potenziali committenti e il 40% per gestire i rapporti con quelli attuali. Meno numerosi sono, invece, gli operatori che individuano in Internet uno strumento per reperire nuovi subfornitori o gestire i rapporti con quelli attuali; questo, comunque, dipende anche dal fatto che mentre tutti sono interessati ad individuare nuovi clienti e tutti hanno clienti con i quali interagire, non sempre le imprese sono a loro volta committenti verso soggetti terzi.

Un'altra funzione per la quale Internet si prospetta spesso alle aziende come uno strumento di un certo interesse è l'individuazione di nuove fonti di approvvigionamento per materiali, ecc.



Nell' identificazione delle finalità prioritarie relative all' utilizzo di Internet le differenze che si riscontrano tra grandi e piccoli subfornitori sono abbastanza contenute e, spesso, le differenze esistenti non sono in relazione evidente con le dimensioni aziendali.

USO DI INTERNET
% imprese

	totale	Classe Addetti			
		6-9	10-19	20-49	50-99
Ricerca di informazioni	66,8	66,7	62,4	72,1	84,3
Contatto con nuovi potenziali committenti	55,3	52,5	58,5	53,3	59,1
Accesso diretto a richieste d'offerta	22,5	18,7	24,3	24,0	29,6
Individuaz. nuovi subfornitori	24,0	23,1	23,2	27,7	23,5
Gestione rapporti con committenti	40,0	29,9	42,0	51,5	55,1
Gestione rapporti con subfornitori	15,7	11,2	17,5	18,1	25,4
Individuaz. fonti di approvvigionamento	38,6	36,4	39,8	41,4	34,3
Acquisti	11,8	9,2	14,8	9,9	15,5
Sviluppo collaborazioni con altre imprese	14,4	10,3	18,2	15,1	10,7
Accesso a servizi	15,8	13,2	16,5	16,2	29,7

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

Indice
Precedente
Successiva

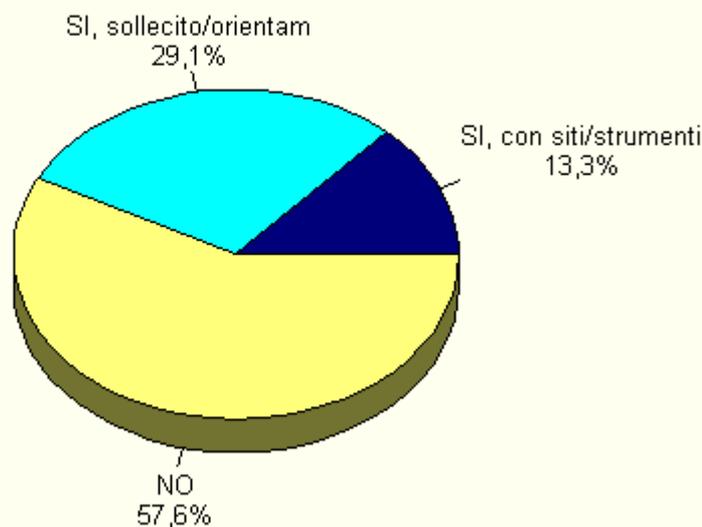
Informatica e di Internet

Ruolo dei committenti

La decisione di collegarsi ed utilizzare Internet, oltre che frutto di una valutazione autonoma delle opportunità che questo strumento offre, in quattro casi su dieci è stata favorita da un intervento esplicito da parte dei committenti.

Per il 29,1% dei subfornitori la committenza ha svolto un ruolo di semplice sollecitazione e orientamento; per il 13,3%, invece, l'intervento della committenza è stato talora più incisivo, realizzato con la creazione di siti e strumenti specializzati per gestire i rapporti con i fornitori.

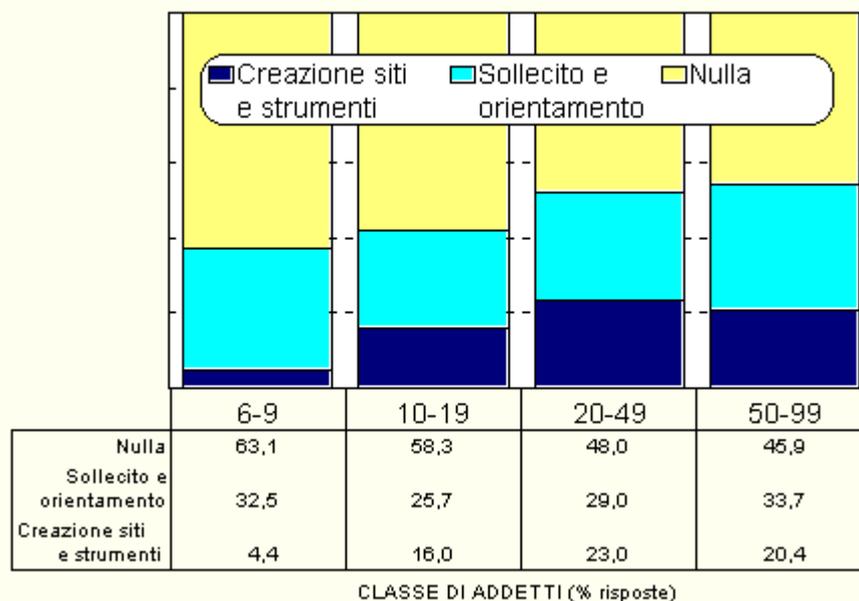
RUOLO DEI COMMITTENTI NEL PROMUOVERE L'UTILIZZO DI INTERNET



Comitato Network Subfomitura - Osservatorio Subfomitura 2000

Le richieste dei committenti, volte ad organizzare i rapporti con l'offerta attraverso lo strumento telematico, si indirizzano principalmente verso le aziende che superano la soglia dei 20 addetti, sebbene non sia trascurabile il numero di casi in cui tali richieste sono state rivolte anche a subfornitori rientranti nella classe dimensionale 10-19 addetti. Sembra invece trasparire, almeno per ora, un minor interesse a gestire in rete i rapporti con le aziende più piccole.

RUOLO DEI COMMITTENTI NEL PROMUOVERE L'UTILIZZO DI INTERNET



Comitato Network Subfomitura - Osservatorio Subfomitura 2000

[Inizio Pagina](#)

Informatica e di Internet

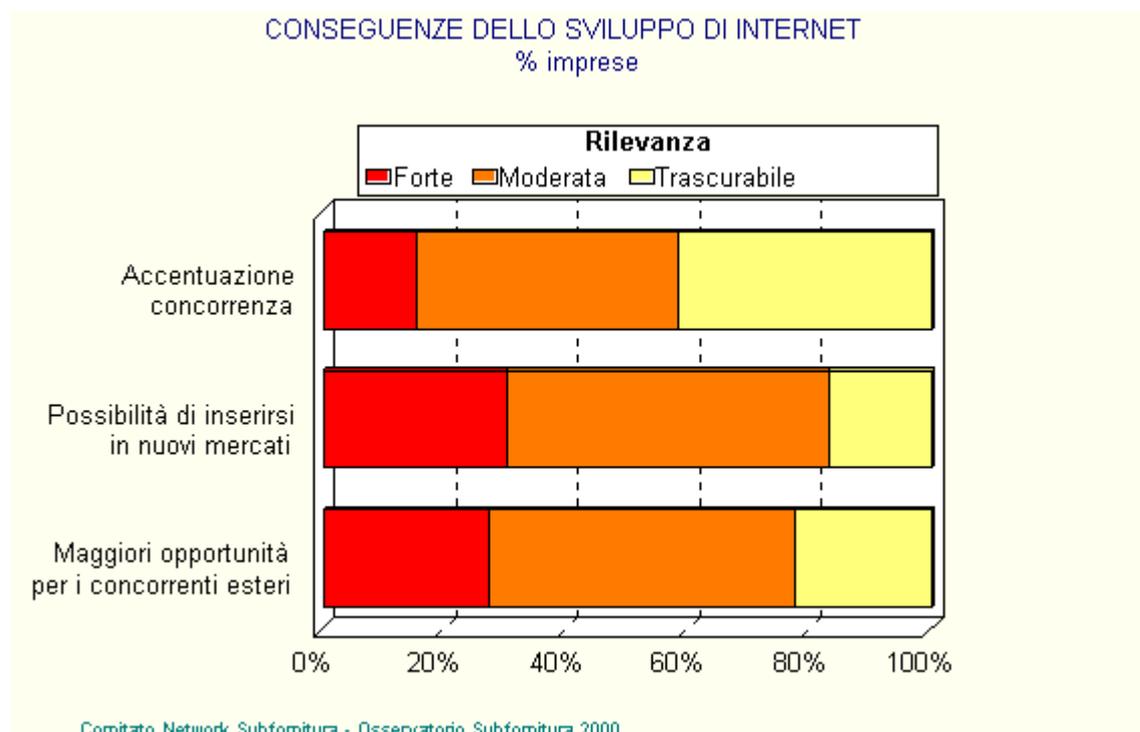
Conseguenze sul mercato

Internet, se da un lato offre nuove occasioni per lo sviluppo dell'attività, dall'altro può facilitare anche il formarsi di nuovi equilibri di mercato e consentire l'ingresso a nuovi competitori.

L'aspetto positivo è rappresentato dalla possibilità delle aziende italiane di inserirsi in nuovi mercati e, in particolare, di acquisire committenti esteri: l'83,1% dei subfornitori ritiene importante il ruolo che avrà Internet in questo ambito; in particolare, quasi un terzo (30,3%) attribuisce a questa possibilità una forte rilevanza.

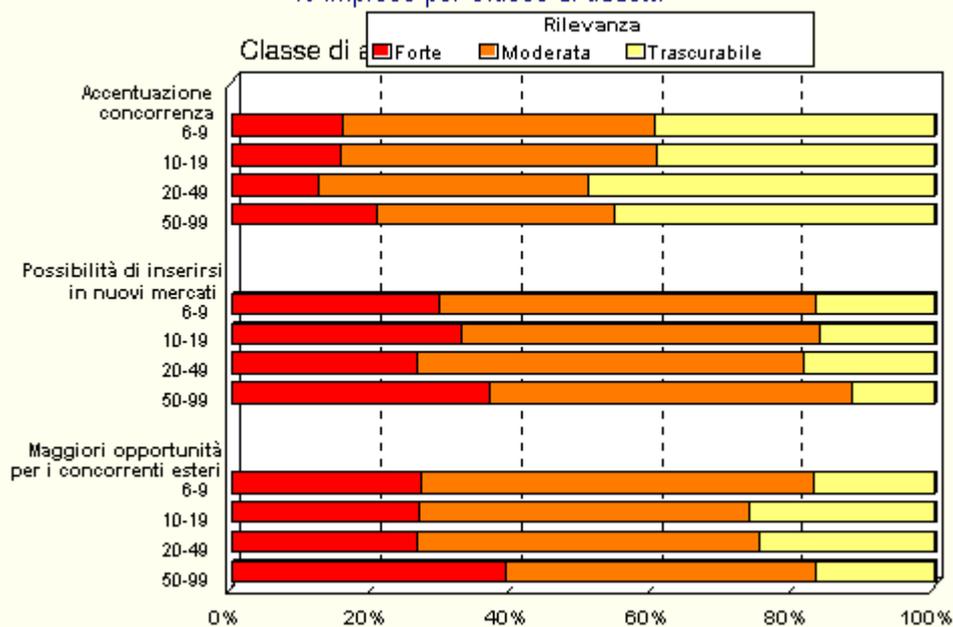
All'opposto, l'aspetto che sembra preoccupare maggiormente i subfornitori sono le maggiori opportunità che si vengono a creare per i concorrenti esteri che possono più facilmente affacciarsi e inserirsi nel mercato italiano: il 27,1% delle imprese ritiene che questo aspetto avrà nei prossimi anni una forte incidenza sullo sviluppo della loro attività ed il 50,4% che avrà rilevanza, ma comunque moderata.

Meno numerosi sono, invece, coloro che ritengono che lo sviluppo di Internet favorirà una accentuazione della concorrenza in generale; complessivamente è il 58,2% che attribuisce a questo aspetto una rilevanza più o meno accentuata.



La percezione delle diverse conseguenze che possono derivare dallo sviluppo di Internet non differisce in misura significativa al variare delle dimensioni degli operatori. Tutti, di fatto, sembrano ritenere che la rete è destinata ad aprire maggiormente i mercati.

CONSEGUENZE DELLO SVILUPPO DI INTERNET % imprese per Classe di addetti



Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)

OSSERVATORIO SUBFORNITURA 2000

Indice
Precedente
Successiva

Nota metodologica

L'indagine 2000 è realizzata su un campione stratificato di 613 unità costruito sulla base di due parametri:

- la localizzazione delle imprese (regione);
- la dimensione delle imprese (classe di addetti).

Il piano di campionamento è tuttavia di tipo non proporzionale: nel campione rilevato sono "sovrarappresentate" le unità appartenenti alle regioni più piccole e/o alle classi di addetti più elevate.

Poiché una parte non indifferente della variabilità delle grandezze e degli indicatori esaminati è attribuibile alla localizzazione sul territorio e/o alla dimensione delle unità rilevate, l'utilizzo diretto dei dati campionari a livello di insieme o in forma disaggregata comporta talune distorsioni.

Per questo motivo, come nella precedente edizione, si è proceduto ad una ripesatura delle risposte tenendo conto degli effettivi pesi delle diverse componenti regionali/dimensionali.

A questo scopo si è fatto ricorso ad una stima della popolazione delle imprese. In assenza di dati quantitativi puntuali sull'universo delle aziende di subfornitura tecnica è stato necessario operare una valutazione indiretta della distribuzione congiunta, per regione e classe di addetti della popolazione di riferimento, utilizzando i dati del Censimento industriale. A tal fine si sono selezionate 33 voci (codici a 4 cifre della classificazione ATECO 91) corrispondenti ad attività manifatturiere di tipo intermedio per le quali è ragionevole attendersi una più elevata diffusione di processi e prodotti realizzati in subfornitura.

Questa procedura, pur non permettendo di misurare la consistenza della popolazione, consente di valutarne la composizione interna in termini relativi, con un grado di approssimazione che si può ritenere accettabile per la rielaborazione dei risultati campionari. I dati utilizzati sono stati aggiornati in base ai risultati del Censimento Intermedio del 1996.

**Composizione stimata della popolazione
oggetto della rilevazione
(% imprese)**

regione	addetti				Totale
	6 - 9	10 - 19	20 - 49	50 - 99	
Piemonte	5,5	6,4	3,2	1,0	16,1
Lombardia	16,2	17,1	8,4	1,9	43,6
Liguria	1,0	0,9	0,4	0,1	2,4
Friuli V.G.	1,0	1,1	0,7	0,2	3,0
Veneto	5,7	6,2	3,2	0,7	15,8
Emilia R.	6,4	7,6	3,1	0,7	17,8
Umbria	0,5	0,5	0,2	0,1	1,3
Totale	36,3	39,8	19,2	4,7	100,0

Comitato Network Subfornitura - Osservatorio Subfornitura 2000

[Inizio Pagina](#)
