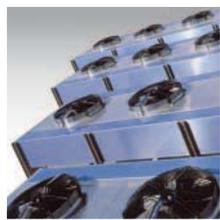
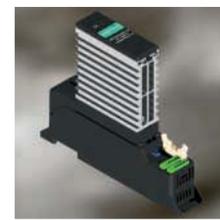
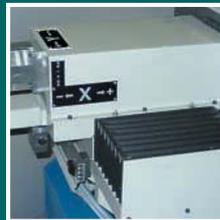


OSSERVATORIO SUBFORNITURA

Settori tecnici

2004

Supplemento a Il Giornale della Subfornitura - N.8 novembre/dicembre 2004



Publicato da:

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 2004 dell'Osservatorio è stata realizzata seguendo la metodologia utilizzata nelle tre precedenti edizioni (1). Vi sono tuttavia alcune variazioni della base di rilevazione che è opportuno segnalare. In primo luogo in questa edizione non sono stati rilevati i dati della Liguria. In secondo luogo vi sono lievi variazioni nella struttura territoriale e dimensionale a seguito dell'aggiornamento al Censimento 2001 dei dati utilizzati per stimare la popolazione delle imprese a cui l'indagine fa riferimento. Nonostante questo, i risultati 2004 mantengono un elevato grado confrontabilità con quelli presentati in anni precedenti e non determinano apprezzabili elementi di discontinuità nelle serie storiche.

Lo studio è stato realizzato da 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.

I soci del Comitato Network Subfornitura

- Unioncamere Piemonte
- Unioncamere Lombardia
- Unioncamere Veneto
- Centro Regionale della Subfornitura del Friuli-Venezia Giulia
- Unioncamere Emilia-Romagna
- Unioncamere Toscana
- Unioncamere Umbria
- Unione Italiana delle Camere di Commercio

(1) I rapporti relativi alle precedenti rilevazioni sono consultabili sul sito del Comitato Network Subfornitura all'indirizzo www.subfor.net

Lo studio è stato realizzato da CESDI S.r.l.

Base di rilevazione

L'Osservatorio Subfornitura ha come oggetto di rilevazione le piccole e medie imprese italiane della subfornitura tecnica. In particolare:

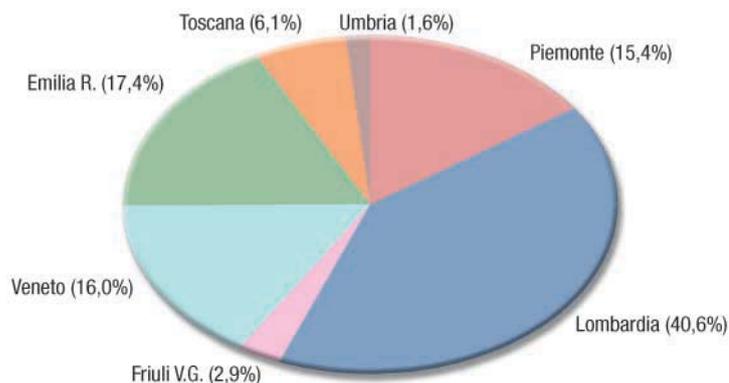
- per quanto riguarda le dimensioni di impresa l'Osservatorio esamina le aziende comprese nella fascia 6 - 99 addetti;
- dal punto di vista territoriale la rilevazione ha interessato sette regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Toscana e Umbria).

L'indagine è stata condotta in base ad un campione, di 635 unità, stratificato per classi di addetti e regioni.

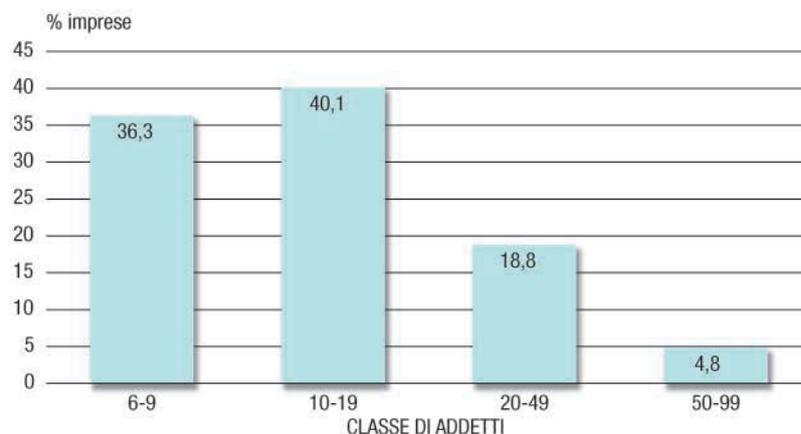
Poiché il campione utilizzato non è di tipo proporzionale, tutti i dati rilevati sono stati opportunamente ripesati sulla base della composizione della popolazione di riferimento. Pertanto, i dati medi e gli indicatori presentati in questo rapporto riflettono l'effettiva struttura dimensionale e regionale 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.

Per quanto riguarda l'identificazione delle attività in subfornitura, l'Osservatorio considera sotto questa voce: (1) le lavorazioni realizzate per conto di terzi; (2) i prodotti (parti, componenti, complessivi, ecc.) fabbricati su commessa sulla base di specifiche tecniche dei committenti. Nella rilevazione sono incluse solo le aziende nelle quali queste due componenti, nel loro insieme, superano la metà del fatturato. Nel campione 2004 l'attività svolta in subfornitura rappresenta mediamente il 97% del giro d'affari delle aziende (di cui il 42% nella forma di lavorazioni in conto terzi).

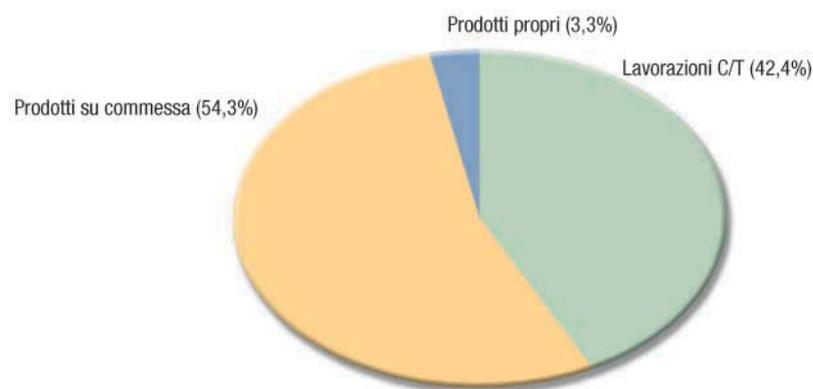
COMPOSIZIONE TERRITORIALE (Distribuzione stimata - % imprese)



COMPOSIZIONE DIMENSIONALE (Distribuzione stimata)

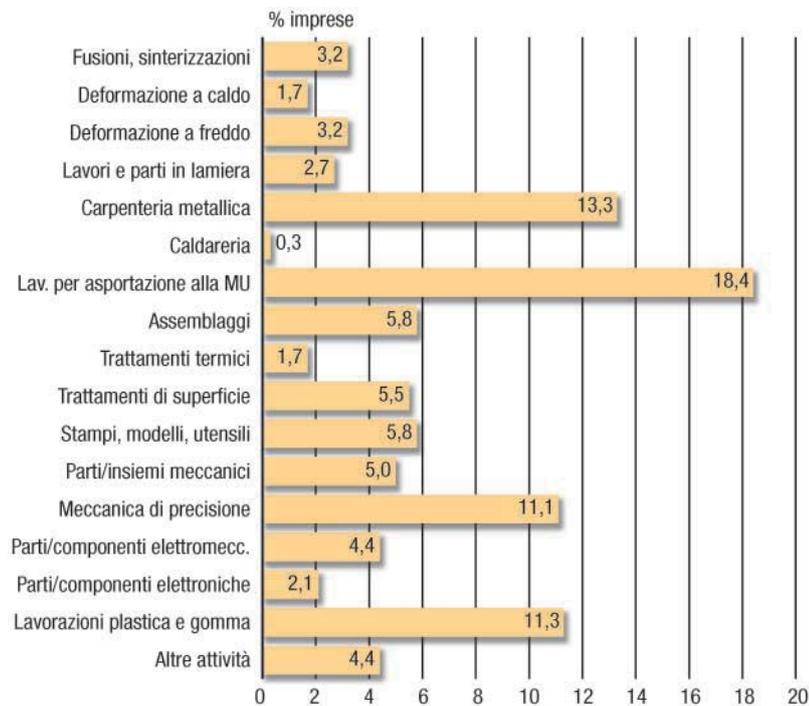


LE ATTIVITÀ IN SUBFORNITURA (% del fatturato)

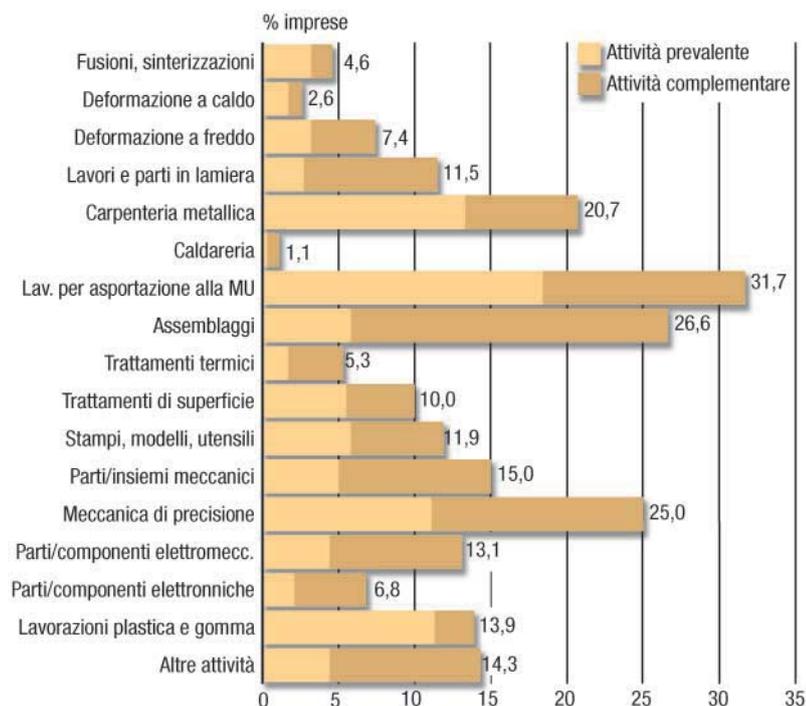


Attività delle aziende

COMPARTI (Attività principale delle imprese)



LAVORAZIONI E PRODOTTI DI SUBFORNITURA PRESENTI NELL'OFFERTA DELLE IMPRESE



Il sistema di subfornitura indagato dall'Osservatorio è quello delle attività tecniche e, pertanto, fa riferimento a tre settori principali:

- Meccanica
- Elettromeccanica ed Elettronica
- Plastica e gomma

All'interno di questi settori vi è un'ampia gamma di realtà produttive che rendono l'offerta di subfornitura molto articolata 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 (il 18,4% dei subfornitori), seguita dalla carpenteria metallica (13,3%). Ampiamente rappresentati sono altresì il comparto delle lavorazioni e prodotti in plastica e gomma (11,3%) e quello della meccanica di precisione (11,1%). Il profilo di insieme si riequilibra rispetto a quello della passata edizione presentando una quota più elevata di aziende impegnate nel settore della plastica e gomma.

Molte aziende svolgono tuttavia anche attività diverse e complementari rispetto a quella indicata come principale. Quasi il 27% delle aziende subfornitrici, ad esempio, svolge per i committenti lavori di assemblaggio, anche se questa è solo in alcuni casi (5,8%) il contenuto primario dell'offerta. La classificazione per comparti assume quindi spesso solo un valore orientativo nell'identificazione dell'attività dell'impresa.

Se si esaminano in dettaglio i contenuti dell'offerta delle singole aziende si evidenziano rapporti di interdipendenza tra le varie componenti della subfornitura sicuramente più complessi di quelli che la pura classificazione per comparti lascia intravedere.

I settori di sbocco

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

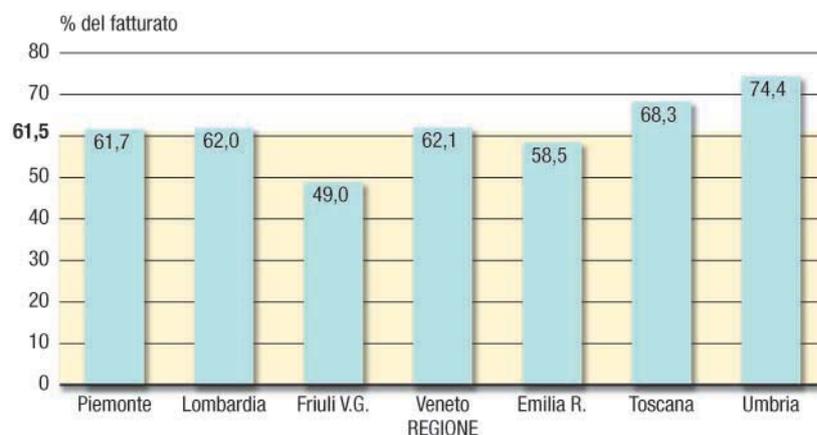
Ciascuna azienda tende tuttavia ad orientare la propria offerta verso un settore di sbocco primario, dal quale ricava una quota consistente del proprio giro di affari, quota che in media risulta pari al 61,5% del fatturato, sostanzialmente invariata rispetto a quanto rilevato lo scorso anno.

L'industria verso la quale si indirizza il maggior numero di subfornitori permane quella automobilistica, il cui peso è ulteriormente cresciuto rispetto all'anno precedente: essa costituisce la componente principale della domanda per il 10,5% dei subfornitori e rappresenta uno sbocco complementare per un altro 18,8%. In totale l'auto interessa quasi tre subfornitori su dieci (29,3%). Se si aggiungono i veicoli industriali, si può rilevare l'importanza complessiva che il settore automotive conserva in questo mercato.

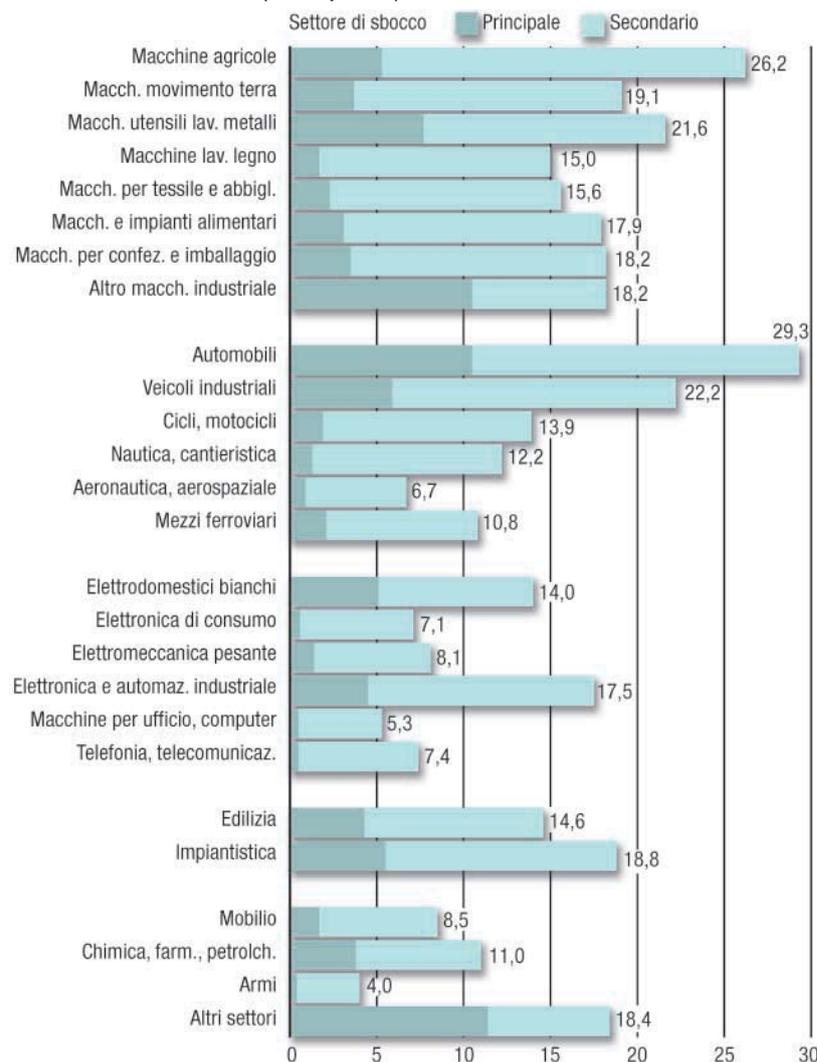
Uno sbocco principale o secondario alle aziende di subfornitura è frequentemente offerto, inoltre, da una molteplicità di produttori di macchinario e, insieme con questi, dal settore dell'automazione ed elettronica con applicazioni in campo industriale. Il confronto con i dati 2003 fa emergere come le attività connesse con la produzione di beni strumentali, oltre a costituire nel loro insieme una delle componenti della domanda più rilevanti, stiano assumendo un peso crescente.

Nell'industria del macchinario lo sbocco più consistente è costituito dalle macchine agricole che interessa più di un quarto delle imprese e che costituisce nel 5,3% dei casi il riferimento di mercato primario. Le macchine agricole si posizionano, quindi, al secondo posto, a ridosso dell'auto, tra i settori di domanda.

INCIDENZA DEL PRINCIPALE SETTORE DI SBOCCO

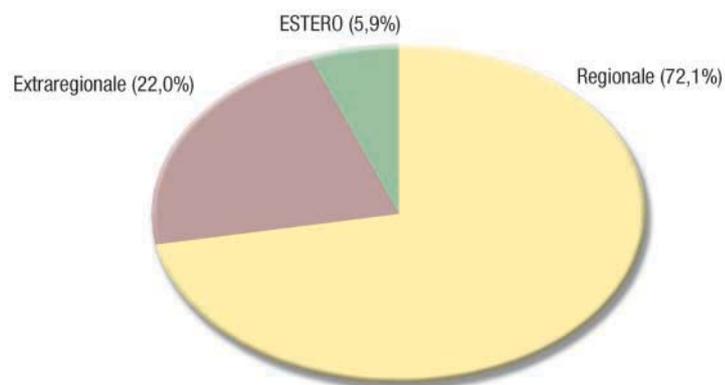


SETTORI DI SBOCCO (% imprese)

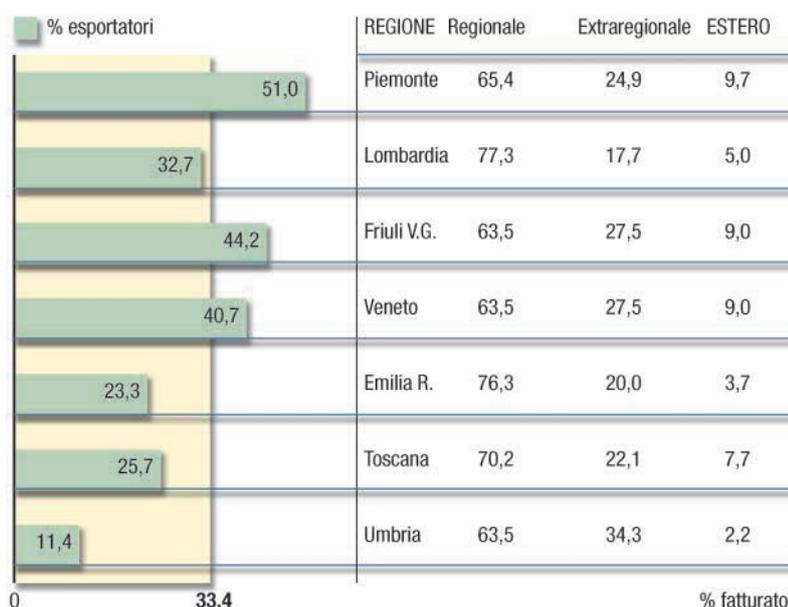
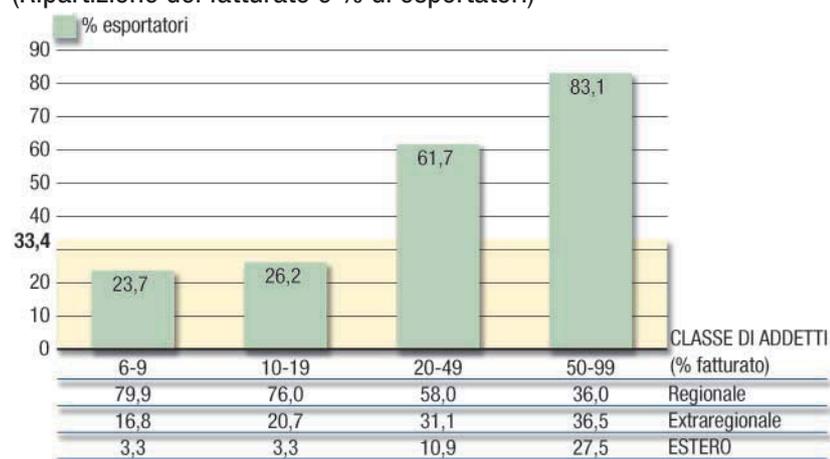


Aree di mercato

AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA (% fatturato)



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



L'area di mercato a cui si rivolge in prevalenza larga parte dei subfornitori continua a rimanere la propria regione di appartenenza. Stabile (72,1%) è anche la quota di fatturato realizzata con i committenti che hanno sede in tale ambito territoriale.

La natura di mercato a breve raggio si accentua peraltro nelle imprese di minore dimensione.

La componente residua del giro d'affari è attivata in larga parte da clienti localizzati in altre regioni italiane (22,0%), mentre il fatturato estero incide per il 5,9%.

Rispetto allo scorso anno, la quota media esportata è rimasta praticamente invariata (era il 5,6%), così come sostanzialmente invariata è la proporzione delle imprese esportatrici (dal 33,1% del 2003 all'attuale 33,4%).

I dati confermano il differenziale a vantaggio delle aziende di maggiori dimensioni sia in termini di numerosità relativa di esportatori, sia in termini di contribuzione dell'export. Il peso della domanda estera sul fatturato delle aziende con meno di 20 addetti si attesta infatti, in media, sul 3,3%.

A livello regionale, Piemonte e Friuli Venezia Giulia sono le aree con maggiori presenze all'estero e con quote export mediamente più elevate (9% ed oltre). Tra le rimanenti realtà territoriali vi è da segnalare un netto incremento, nell'arco di un anno, della percentuale di aziende toscane attive sui mercati esteri (dal 18,8% al 25,7%), che ha determinato un netto innalzamento della quota export, salita al 7,7%.

I dati relativi all'attività internazionale continuano in ogni caso ad essere influenzati dalla collocazione geografica dei bacini di fornitura con un netto svantaggio di posizione per aree come Emilia Romagna e Umbria.

Mercati esteri

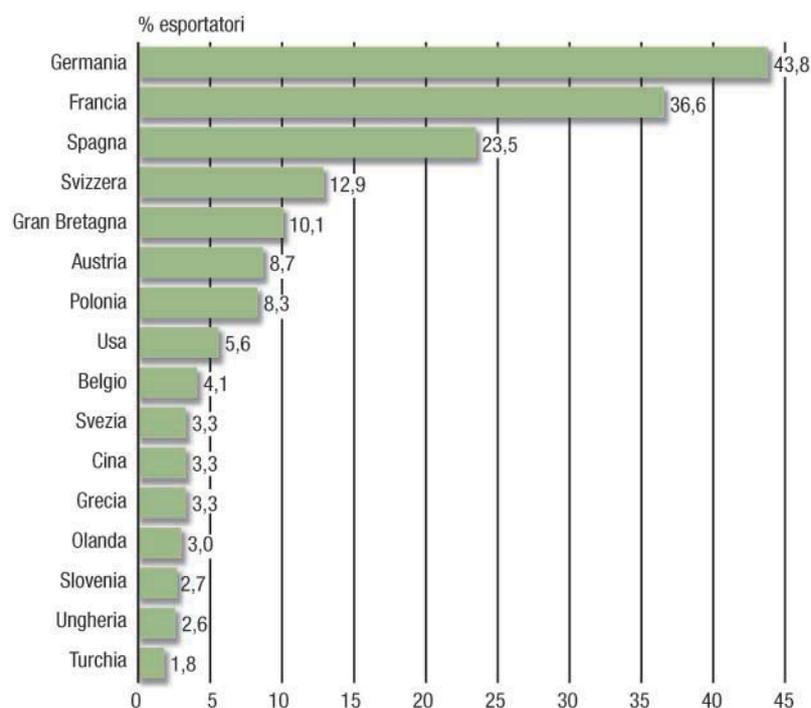
La propensione della subfornitura a privilegiare le relazioni di mercato a corto raggio si manifesta anche nella dimensione dell'attività internazionale. Le imprese presenti sui mercati extraeuropei sono in numero molto ridotto; solo gli Stati Uniti e la Cina compaiono nella graduatoria dei principali paesi acquirenti, peraltro all'8^a e 11^a posto rispettivamente, e coinvolgono una percentuale di esportatori piuttosto limitata.

Nella lista dei mercati esteri che attivano con maggior frequenza rapporti di subfornitura con aziende italiane si collocano nettamente nelle posizioni di testa i mercati di riferimento tradizionali dell'export italiano: Germania e Francia, verso i quali si indirizza l'attività del 43,8% e del 36,6% delle ditte esportatrici. Tenendo conto del fatto che la quota complessiva delle aziende esportatrici corrisponde ad un terzo del totale si può rilevare che la committenza tedesca e quella francese offrono opportunità di mercato ad almeno un subfornitore su dieci.

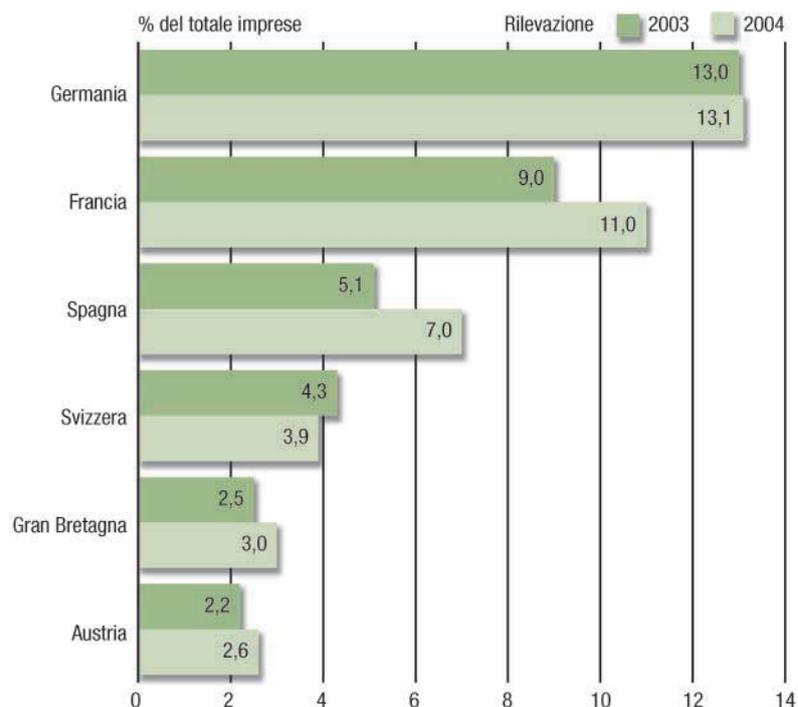
Al terzo posto si consolida la posizione della Spagna (23,5% degli esportatori), un dato in netta crescita rispetto a quello rilevato nell'edizione 2003 dell'Osservatorio. Svizzera, Gran Bretagna e Austria mantengono le posizioni dell'anno passato, ma con una diminuzione delle imprese interessate alla Svizzera, che è compensata dall'incremento intervenuto negli altri due paesi.

Al 7^o posto, recuperando 2 posizioni in un solo anno, si inserisce la Polonia, confermandosi come primo e significativo mercato nel gruppo dei paesi in cui è avvenuto il recente allargamento dell'Unione Europea.

MERCATI ESTERI

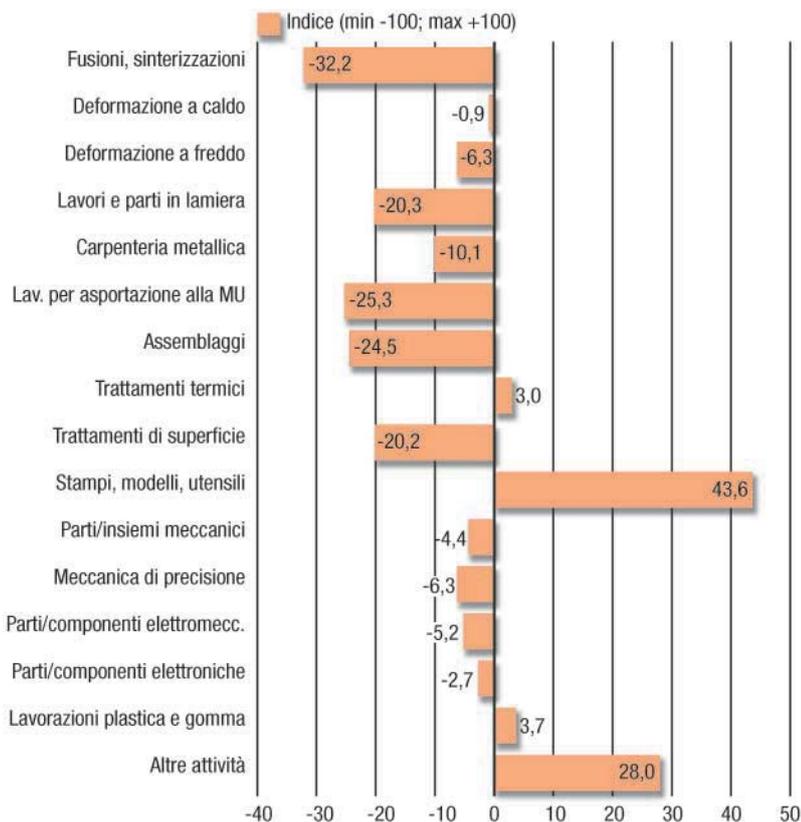
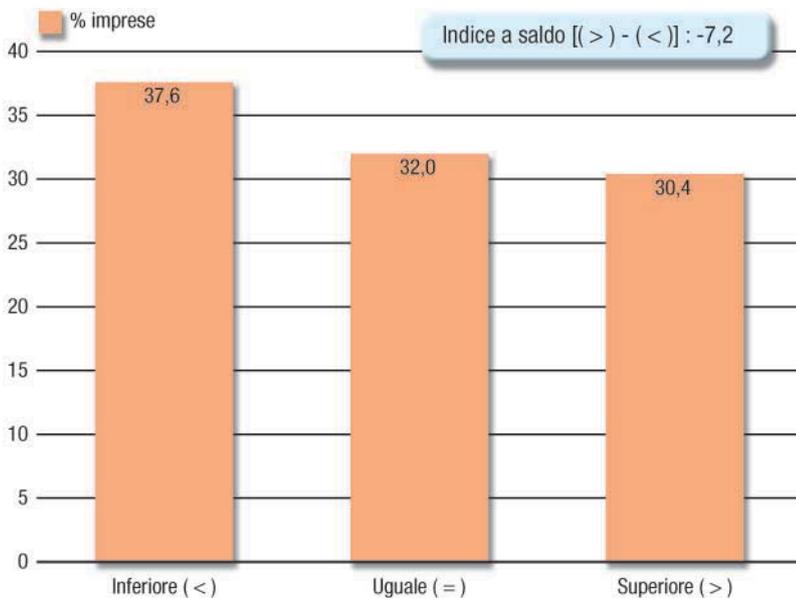


PRESENZE NEI PRINCIPALI MERCATI



I risultati del 2003

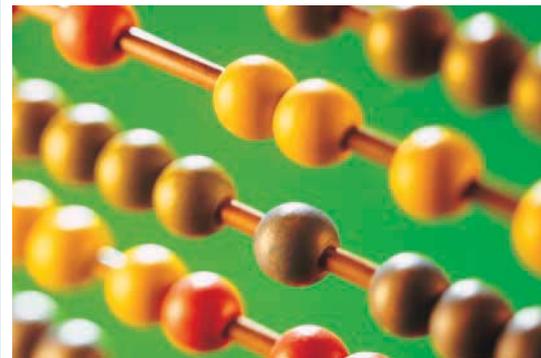
ANDAMENTO DELL'ATTIVITÀ 2003 - LIVELLO RISPETTO AL 2002



Nel corso del 2003 l'attività delle imprese di subfornitura tecnica ha subito, nel suo insieme, una contrazione. L'indice calcolato a saldo (-7,2) esprime chiaramente la criticità della situazione dell'ultimo esercizio che si è chiuso.

Le imprese che nel 2003 hanno dovuto contabilizzare un calo dell'attività sono il 37,6%, non compensato dal 30,4% di subfornitori che, invece, hanno migliorato i loro livelli di attività rispetto al 2002. Le imprese che nel 2003 hanno mantenuto gli stessi livelli del 2002 sono poco meno di un terzo del totale.

Con il 2003 si registra un ulteriore



peggioramento dei risultati già rilevati nei due anni precedenti, quando l'indicatore di andamento di attività aveva fatto registrare progressi sempre più modesti; quest'anno il trend prosegue nella stessa direzione, ma con una inversione di tendenza che ha portato per la prima volta il segno meno nella serie storica che l'Osservatorio ha cominciato a produrre partendo dai dati dell'esercizio 1998.

L'analisi per dimensione mostra però che sono le imprese al di sotto della soglia dei 20 addetti quelle che hanno dovuto far fronte ad una flessione dell'attività rispetto all'anno precedente, mentre al di sopra di tale soglia il 2003 è stato ancora contrassegnato dal prevalere di aziende con un indice di segno positivo, anche se atte-

stato su valori modesti. Un calo dell'attività è comunque presente anche in quasi un terzo delle aziende con 20 o più addetti.

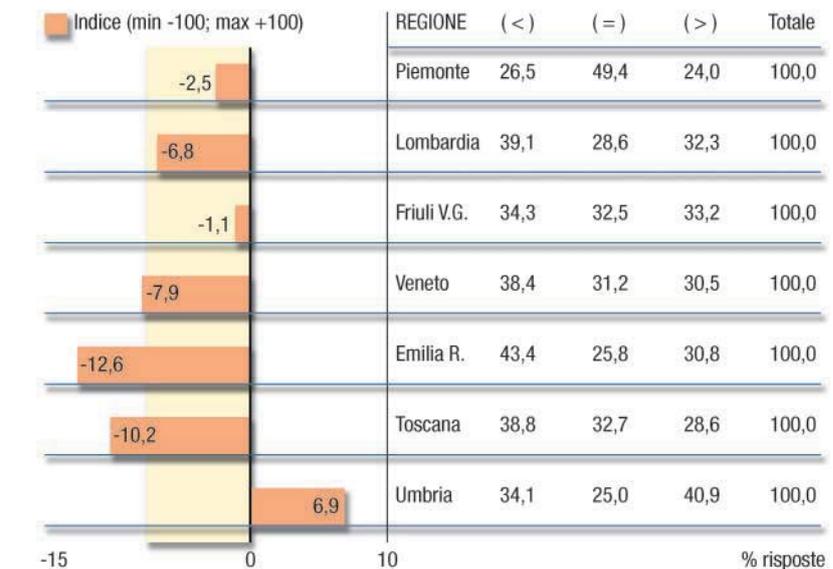
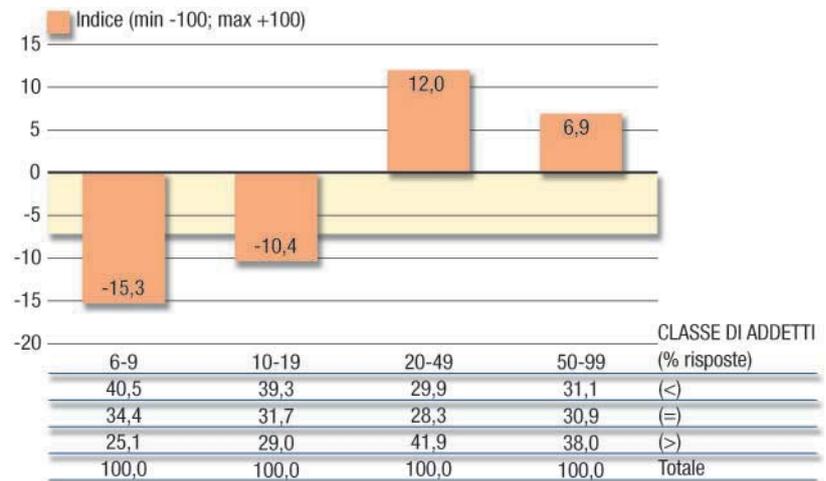
A livello territoriale solo l'Umbria presenta un indice positivo, seppure di entità modesta, mentre in tutte le altre regioni il segno è negativo, anche se in alcuni casi il valore risulta molto prossimo allo zero, come per il Friuli Venezia Giulia e il Piemonte, la regione che presenta il profilo più statico. Il rallentamento dell'attività ha coinvolto, in misura più o meno accentuata, la quasi totalità dei comparti, segno di una crisi che tocca l'offerta in forma generalizzata. Segni positivi si ri-



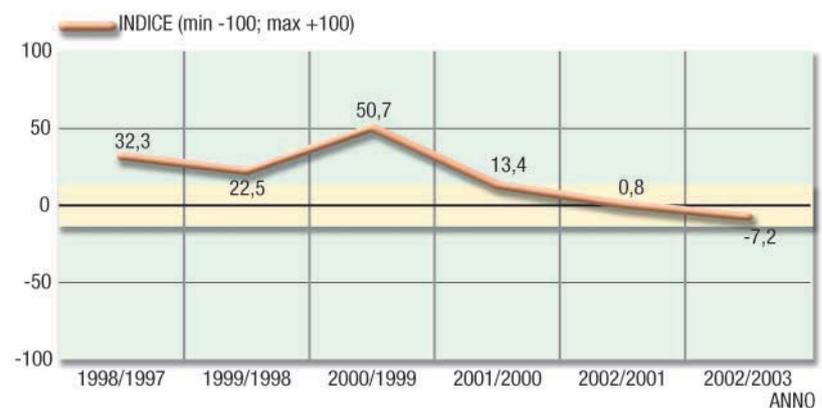
scontrano solo per le aziende la cui attività primaria è quella della costruzione di stampi, modelli e utensili (+43,6) e per le aziende che svolgono attività diverse (+28,0), ma che non costituiscono peraltro un raggruppamento omogeneo. Ancora positivo, ma solo formalmente per la presenza di un segno più che lo precede, è l'indice relativo ai trattamenti termici.

I due comparti in cui si concentra una frazione consistente dei subfornitori, le lavorazioni meccaniche con tecnologie di asportazione e la carpenteria metallica, hanno invece chiuso l'anno 2003 con una attività in evidente contrazione.

ANDAMENTO DELL'ATTIVITÀ 2003 - LIVELLO RISPETTO AL 2001



ANDAMENTO DELL'ATTIVITÀ - SERIE STORICA

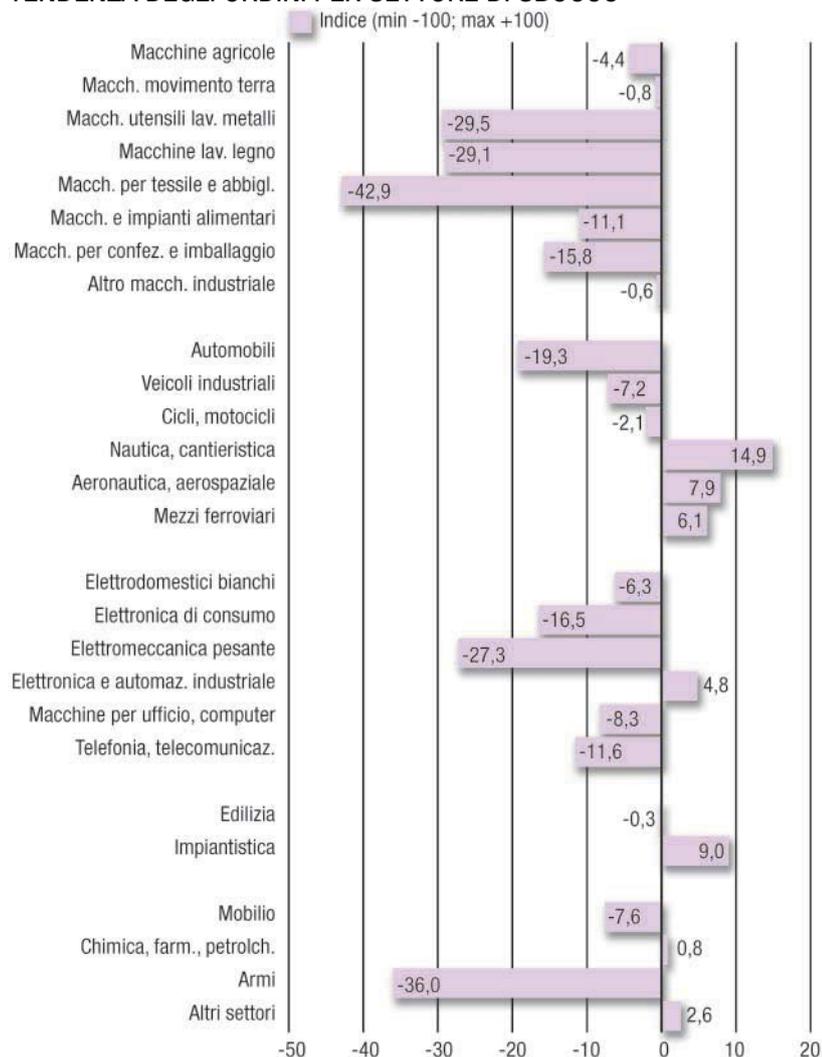


Gli ordini nel 2004

TENDENZA DEGLI ORDINI RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO PRECEDENTE



TENDENZA DEGLI ORDINI PER SETTORE DI SBOCO



Il livello degli ordini ricevuti dalle imprese, rilevato a metà del 2004 e valutato rispetto alla situazione in essere nello stesso periodo dell'anno precedente, documenta un ulteriore peggioramento del quadro di mercato, anche se meno accentuato di quello che si era riscontrato nel 2003:

- su cento aziende solo 29 hanno un portafoglio ordini superiore a quello dello scorso anno, mentre sono 31 quelle che registrano ordini in calo;
- l'indice, calcolato a saldo, che riassume l'evoluzione degli ordini, permane pertanto negativo, ma su livelli prossimi allo zero (-1,2).



È il terzo anno consecutivo in cui le imprese di subfornitura tecnica si trovano a metà anno con un portafoglio ordini in tendenziale contrazione. Il fatto che questo avvenga dopo un esercizio 2003 contrassegnato da una flessione dell'attività non fa che accentuare la percezione delle difficoltà in cui si trovano ad operare le imprese.

L'andamento negativo degli ordini riguarda principalmente le aziende da 10 a 19 addetti, mentre nelle altre classi dimensionali la situazione del portafoglio ordini è, nell'insieme, caratterizzata da una maggiore stabilità. Tuttavia, solo per le imprese al di sopra della soglia dei 50 addetti, che

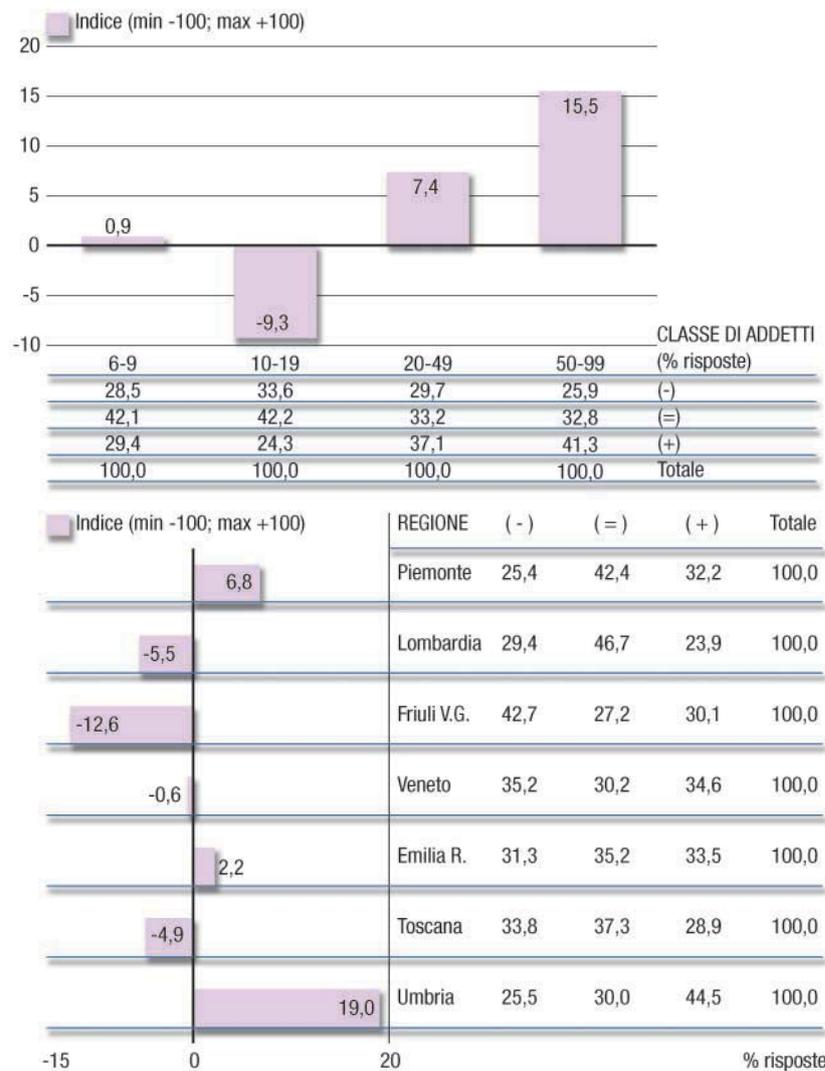
peraltro nel 2003 avevano goduto in complesso di un trend positivo dell'attività, il mercato trasmette a metà anno segnali meno attenuati di crescita della domanda.

Confrontando i dati su base territoriale si osserva che il profilo negativo assunto dal portafoglio ordini risparmia solo poche regioni: l'Umbria e, anche se in misura minore, il Piemonte e l'Emilia Romagna. La situazione più critica si registra, invece, per il Friuli Venezia Giulia. Questa regione è quella con il maggior numero di aziende che segnalano ordini in diminuzione (42,7%); l'Umbria è invece la regione in cui gli ordini mostrano con maggior frequenza dinamiche positive (44,5% delle imprese).

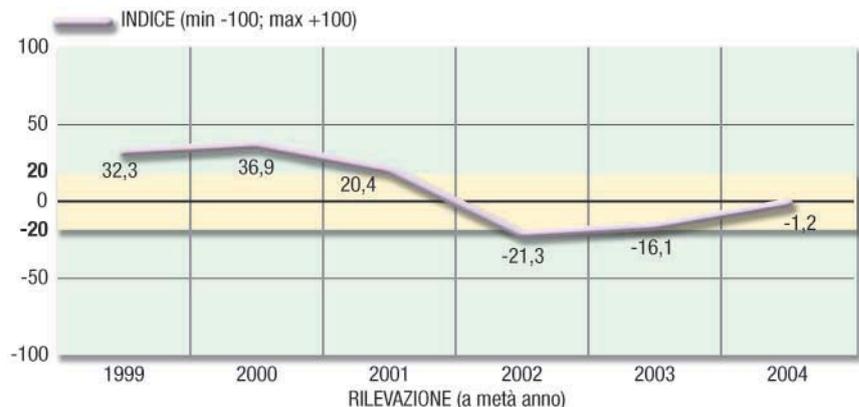
Il trend negativo che caratterizza gli ordini a metà del 2004 è peraltro imputabile ad una contrazione della domanda che proviene da tutti i principali settori in cui trova sbocco la subfornitura tecnica, vale a dire auto, veicoli industriali, i settori dei macchinari e dell'automazione industriale. Tra i settori di sbocco che hanno una significativa incidenza sul mercato solo l'impiantistica presenta una domanda in moderata crescita. Segni positivi, sia pure deboli, provengono anche dai settori della nautica e cantieristica, dell'aeronautica e aerospaziale e dei mezzi ferroviari, ma la loro incidenza sul mercato della subfornitura tecnica è modesta e anche per questo non sono in grado di condizionare in modo determinante l'andamento degli ordini nel loro complesso.

Il trend degli ordini valutato a metà 2004, rispetto a quanto rilevato nei due anni precedenti presenta comunque una situazione meno critica che in passato: seppure non si possa parlare di una ripresa della domanda, quantomeno sembra che si sia in presenza di un assestamento del mercato.

TENDENZA DEGLI ORDINI RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO PRECEDENTE

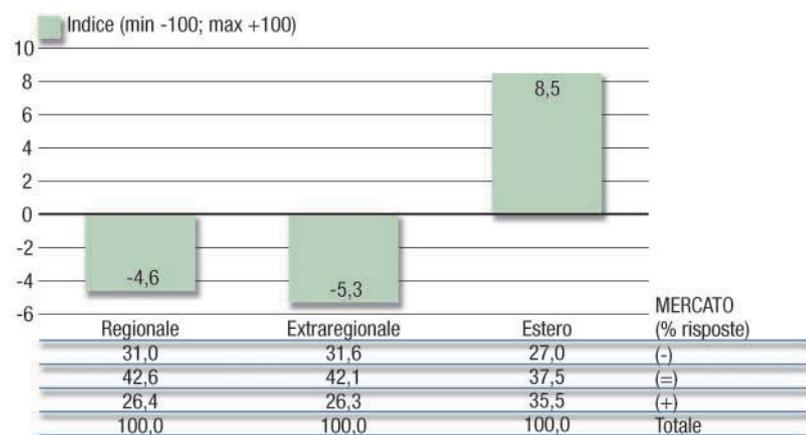


ANDAMENTO DEGLI ORDINI - SERIE STORICA

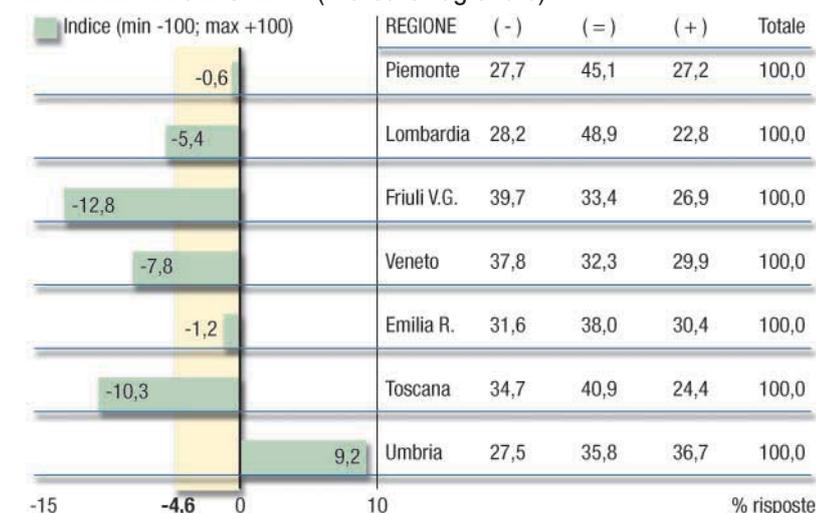


La provenienza degli ordini

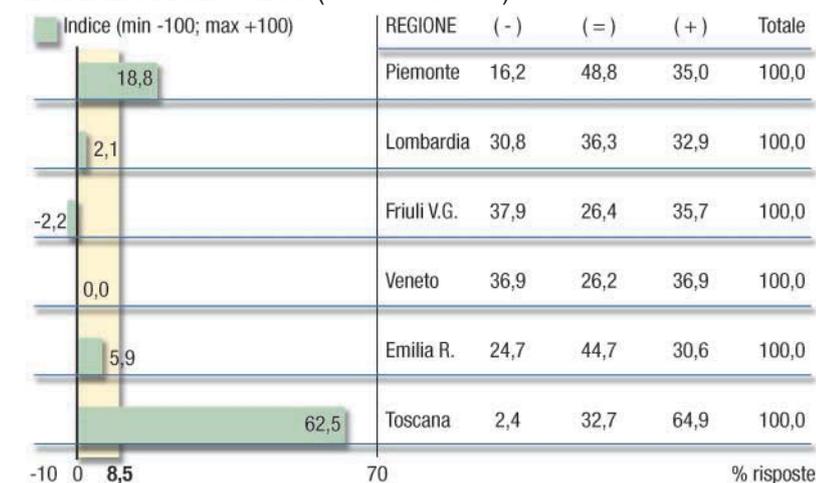
TENDENZA DEGLI ORDINI PER AREA DI MERCATO



TENDENZA DEGLI ORDINI (mercato regionale)



TENDENZA DEGLI ORDINI (mercato estero)



Sull'andamento complessivo degli ordini pesa la dinamica negativa della componente più importante della domanda, quella che si forma localmente. Solo l'Umbria è in controtendenza.

Al mantenimento del livello degli ordini di poco al di sotto dei livelli dell'anno precedente ha dato un contributo, seppur limitato e circoscritto a circa un terzo delle aziende, la ripresa della domanda proveniente dall'estero che è riuscita a coprire in taluni casi la flessione degli ordini provenienti dal mercato interno, sia regionale che nazionale.

Praticamente in tutte le regioni monitorate dall'Osservatorio gli ordini dei committenti esteri sono stati caratterizzati da un trend positivo o di sostanziale stabilità. L'unica eccezione è rappresentata dal Friuli Venezia Giulia, dove l'indice fa registrare, sia pur di poco, il segno meno. Qui gli ordini dall'estero non hanno potuto in alcun modo compensare il dato negativo, abbastanza significativo, che connota gli ordini emessi dalla committenza regionale.

Particolarmente significativo è, invece, il contributo della componente estera in Toscana, che ha consentito di mantenere il portafoglio ordini complessivo poco al di sotto dei livelli dello scorso anno, nonostante una flessione registratasi sia nella domanda regionale, sia in quella extraregionale.

Anche il Piemonte può contare su un portafoglio ordini in crescita grazie all'apporto della domanda proveniente da committenti esteri. In questo caso l'andamento degli ordini dall'estero, per quanto meno dinamico di quello registrato in Toscana, ha potuto avere effetti di rilievo grazie all'elevato numero di aziende attive sul mercato internazionale.

Programmi di investimento

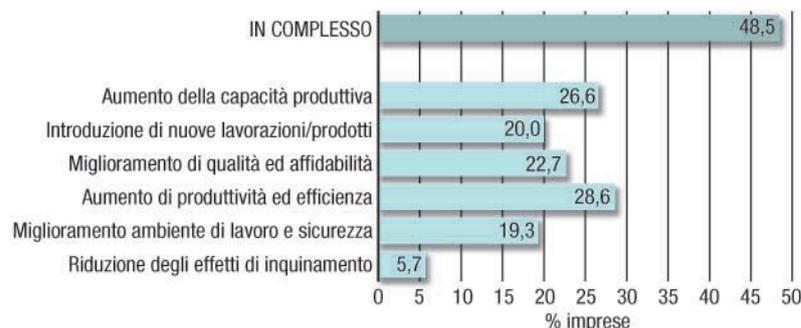
La flessione nei livelli di attività nel 2003 e il perdurare nel 2004 di una stasi nel mercato frenano gli investimenti. Le aziende che dichiarano di avere significativi programmi di investimento in corso sono solo il 48,5%, ancora meno del 54,8% rilevato nel 2003; è una percentuale ben lontana dal 66,9% che si era registrato come picco nel 2000. Il calo del numero di aziende che investono è un fenomeno che si sta riproponendo da tempo e che riflette le difficoltà delle imprese in presenza di un mercato che non emette segnali chiari di ripresa.

L'obiettivo principale degli investimenti permane quello di accrescere la produttività e l'efficienza aziendale, ma solo il 28,6% delle imprese si è impegnato su questo fronte (rispetto al 35,8% dello scorso anno). In calo è anche la quota di coloro che investono per aumentare l'attuale capacità produttiva (26,6% contro il 32,4% del 2003), che rimane comunque il secondo obiettivo nei programmi aziendali. Mantengono la terza e la quarta posizione il miglioramento di qualità e affidabilità dei prodotti e l'innovazione dell'offerta, con l'introduzione di nuovi prodotti o lavorazioni da proporre ai committenti.

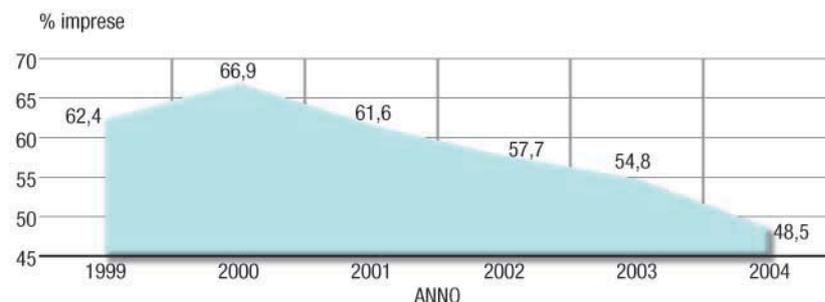
La propensione ad investire cresce al crescere delle dimensioni, ma anche tra le imprese di maggiore dimensione tende a ridursi nel tempo. Si estende una tendenza che negli anni passati era stata anticipata soprattutto dalle aziende minori.

La ridotta propensione all'investimento si manifesta diffusamente sul territorio. Solo in Umbria e in Piemonte la quota di imprese con programmi di investimento è cresciuta rispetto allo scorso anno. Nelle altre regioni, invece, la contrazione è netta. Il fenomeno è accentuato in Toscana dove le aziende che stanno investendo sono scese dal 60,1% dell'anno passato all'attuale 36%.

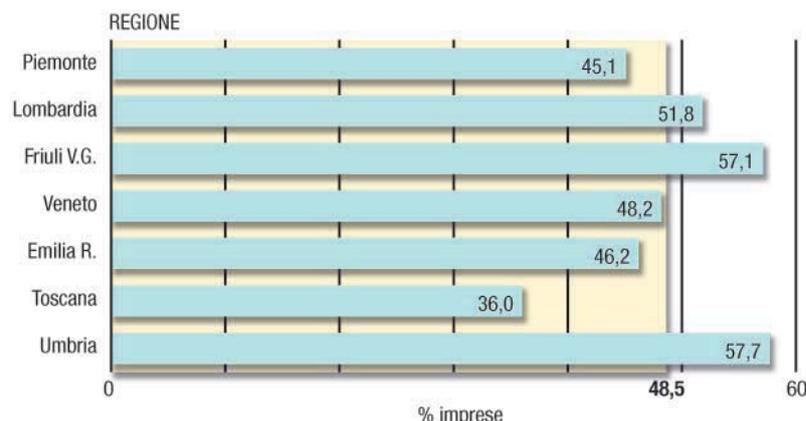
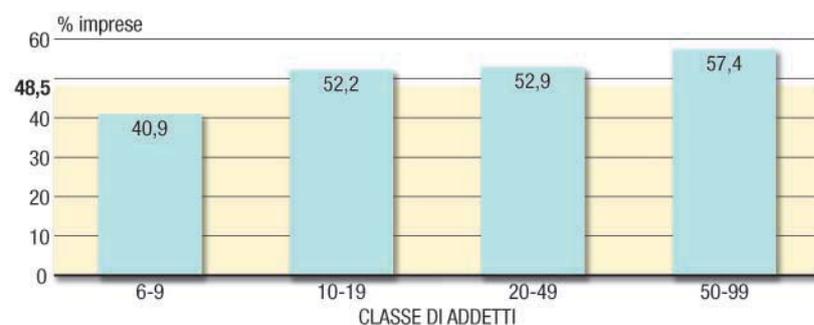
INVESTIMENTI IN CORSO



INVESTIMENTI IN CORSO - SERIE STORICA



INVESTIMENTI IN CORSO



Innovazione tecnologica: esperienze e programmi



L'Osservatorio ha messo in evidenza che in questi ultimi quattro anni il mercato della subfornitura si caratterizza per una domanda debole e che molte imprese subiscono una contrazione della loro attività.

A queste difficoltà, legate all'andamento sfavorevole della domanda, si sommano le preoccupazioni, peraltro documentate nella precedente rilevazione, che nascono dall'emergere di nuove forme di concorrenza, quella dei paesi asiatici o dell'Est Europeo. In questo secondo caso il confronto rischia di accentuarsi, visto che molti dei paesi di quest'area sono di recente entrati a pieno titolo nell'Unione Europea.

Per le imprese di subfornitura vi è l'esigenza di competere, più ancora che in passato, facendo leva su fattori che qualificano l'offerta e sempre meno sul prezzo.

Tra le leve per competere e per reggere il mercato in prospettiva vi è certamente quella di mantenere elevato il livello tecnologico e di innovare costantemente, sia sul versante dei prodotti, sia su quello dei processi produttivi.

Ad esplorare questo aspetto, l'innovazione tecnologica, è dedicata la seconda parte di questo rapporto. Il focus dell'edizione 2004 dell'Osservatorio si concentra in primo luogo sull'esame delle esperienze che han-

no caratterizzato le imprese in questi ultimi anni. Lo scopo è quello di accertare in quale misura e come si è innovato, qual'è stato sinora l'impatto che le innovazioni hanno avuto sulle aziende, con quali risorse e contributi i processi innovativi sono stati realizzati. L'attenzione si sposta successivamente sul futuro e sugli orientamenti che stanno maturando per i prossimi anni, mettendo in luce i fattori che stanno agendo da freno o da ostacolo ai programmi delle aziende. Il quadro finale che emerge, se per alcuni versi appare confortante, non manca di evidenziare situazioni problematiche, specie nell'ambito delle aziende di minore dimensione.

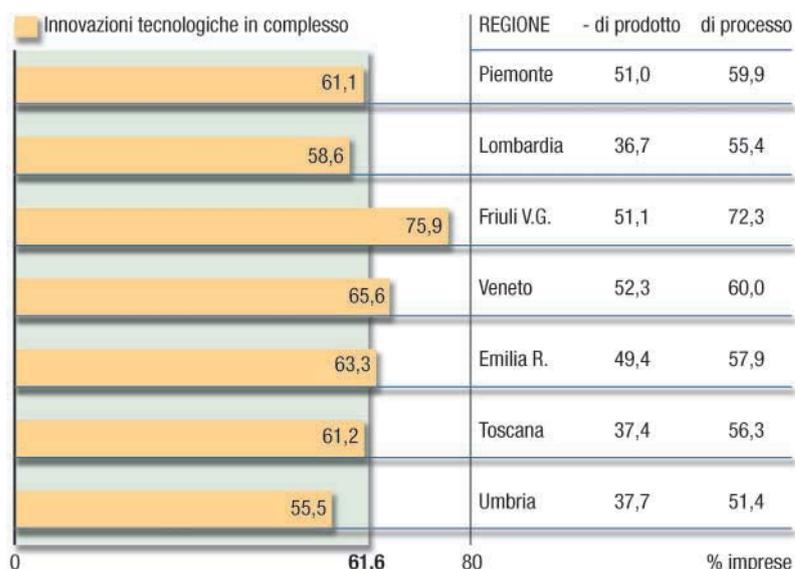
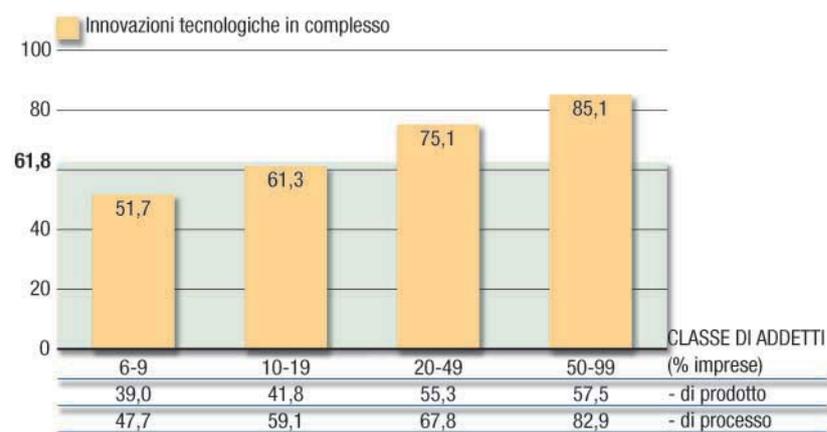
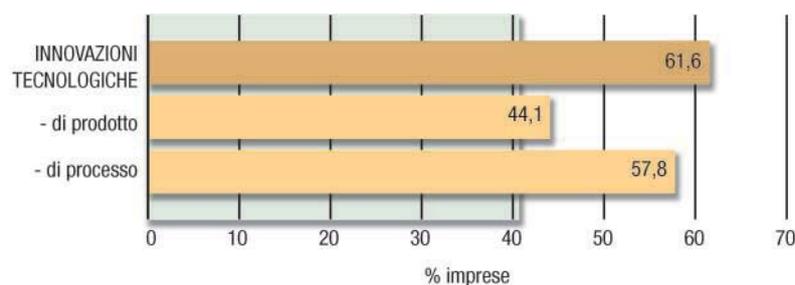
Innovazioni di prodotto e di processo

L'introduzione di innovazioni tecnologiche ha interessato negli ultimi tre anni la maggioranza dei subfornitori (61,6%). Non si deve tuttavia trascurare il fatto che quasi due imprese su cinque sono rimaste del tutto estranee al fenomeno.

Le innovazioni tecnologiche hanno riguardato in primo luogo i processi produttivi (57,8% dei casi) e, in subordine, i prodotti (44,1%). Per quanto riguarda questi ultimi va precisato che essi sono comprensivi anche delle lavorazioni, quando queste costituiscono di per se stesse il contenuto dell'offerta che l'impresa propone al mercato. La diffusa presenza nelle aziende di attività che si concretizzano in forma di subfornitura di lavorazioni rende, inoltre, spesso difficile una distinzione netta tra prodotti e processi. E' una situazione specifica delle imprese di subfornitura tecnica che trova diretto riscontro nei dati: il 41,1% delle imprese ha operato congiuntamente sui due fronti; è marginale la presenza di imprese che innovando i prodotti non sono intervenute contestualmente con innovazioni dei processi.

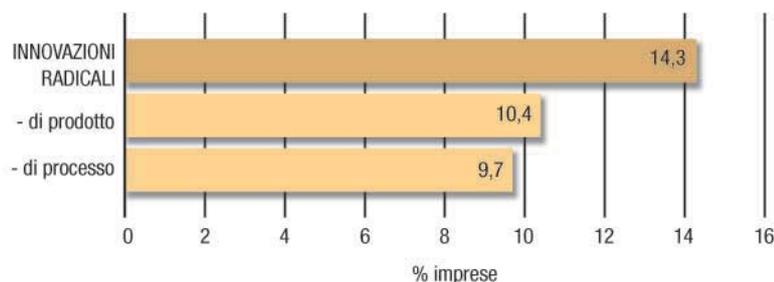
La propensione ad introdurre innovazioni tecnologiche si è manifestata in modo selettivo in funzione delle dimensioni d'impresa. La frequenza con la quale le aziende hanno introdotto negli ultimi anni innovazioni nei prodotti e nei processi è in relazione diretta con il numero degli addetti: si passa dal 51,7% delle aziende con meno di 10 addetti, all'85,1% in quelle con 50 addetti ed oltre. Minore variabilità si riscontra confrontando i dati rilevati su base regionale. In questo caso si segnala tuttavia un picco in Friuli Venezia Giulia, dove l'introduzione di innovazioni tecnologiche avvenuta nell'ultimo triennio ha coinvolto tre subfornitori su quattro.

IMPRESE CON INNOVAZIONI TECNOLOGICHE INTRODOTTE NELL'ULTIMO TRIENNIO

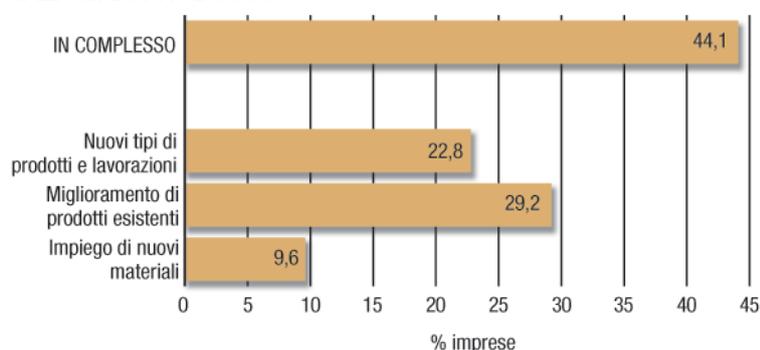


I caratteri delle innovazioni

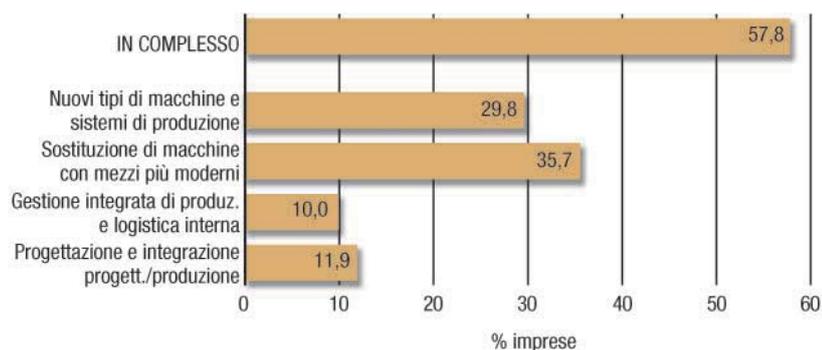
INNOVAZIONI TECNOLOGICHE RADICALI



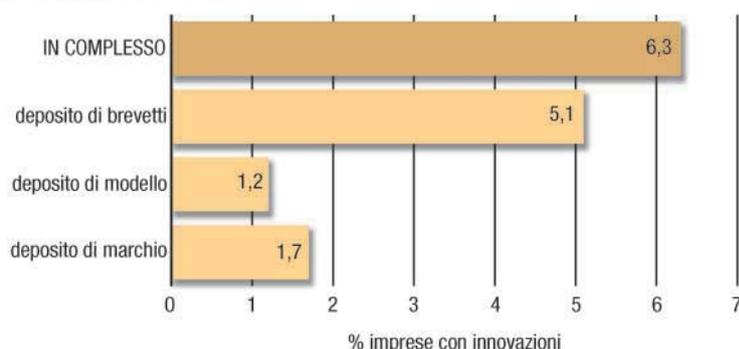
INNOVAZIONI DI PRODOTTO



INNOVAZIONI DI PROCESSO



TUTELA DELLE INNOVAZIONI



Nell'idea di innovazione vi sono aspetti diversi per portata e caratteristiche. Alcuni parametri permettono di meglio qualificarli.

Un primo parametro distingue le innovazioni radicali, con elementi di originalità nelle soluzioni tecnologiche adottate nei prodotti e nei processi, dai più semplici cambiamenti la cui valenza innovativa è confinata all'ambito dell'impresa. Le innovazioni di carattere più radicale hanno riguardato solo una impresa su dieci, tanto nel caso dei prodotti, quanto nel caso dei processi.

Le aziende che hanno portato nel mercato e nel loro settore elementi di sostanziale novità tecnologica sono, in definitiva, solo il 14,3%.

Un secondo parametro evidenzia le modalità con le quali si sono concretizzate le innovazioni.

Nei prodotti, le innovazioni hanno con maggior frequenza riguardato miglioramenti sostanziali nelle caratteristiche tecniche e funzionali di prodotti e lavorazioni preesistenti, piuttosto che un arricchimento dell'offerta; solo in un caso su dieci hanno riguardato l'impiego di nuovi materiali.

Nei processi le innovazioni sono consistite soprattutto nell'ammodernamento dei mezzi di produzione nell'ambito di processi esistenti, in misura minore nella acquisizione di competenze e di capacità produttive di tipo aggiuntivo.

Solo una azienda su dieci ha poi adottato nuove soluzioni tecnologiche funzionali alla gestione integrata della produzione e della logistica oppure nell'ambito della progettazione e della gestione integrata tra progettazione e produzione.

Solo occasionalmente (6,3%), infine, le aziende hanno tutelato o intendono tutelare le innovazioni tecnologiche introdotte attraverso il deposito di brevetti, modelli, marchi.

Conseguenze e risultati

Le innovazioni tecnologiche hanno avuto numerose conseguenze sia sulle imprese che le hanno introdotte, sia, in termini più complessivi, sul mercato.

Il 61,4% delle imprese interessate da innovazioni tecnologiche ha ottenuto, ad esempio, una migliore qualità dei prodotti, il 54,2% ha potuto accorciare i tempi di produzione. Nel panorama, articolato, delle conseguenze evidenziate si può inoltre osservare come l'innovazione abbia determinato solo in un numero limitato di casi un abbattimento dei costi, del lavoro (23,7%) o dei materiali e dell'energia (6,7%).

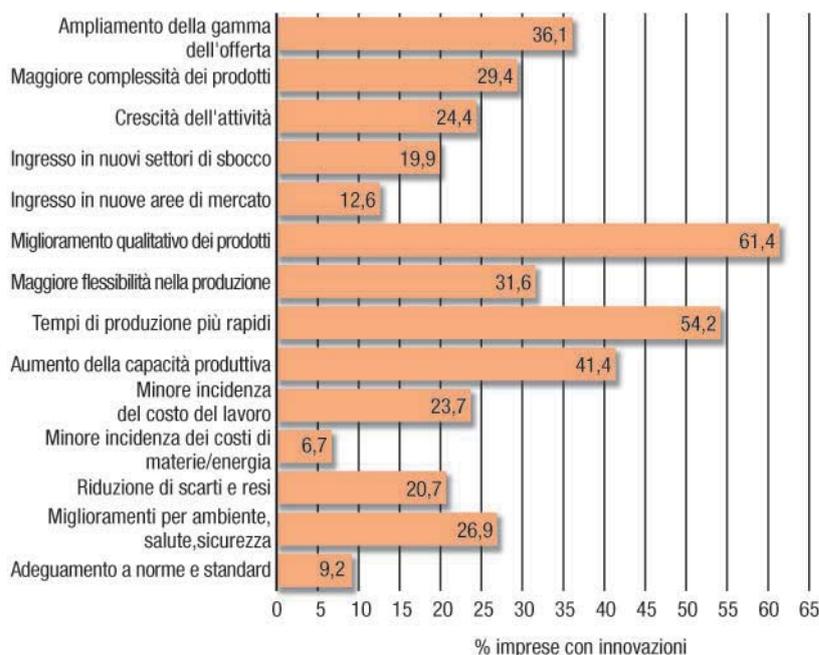
Le innovazioni hanno consentito a tre imprese su quattro di recuperare spazi di mercato a proprio favore, soprattutto a scapito di concorrenti. Ma non sono irrilevanti i casi in cui le innovazioni tecnologiche hanno determinato una reinternalizzazione di attività che l'azienda decentrava ad altri subfornitori, o, al contrario, l'appropriarsi di attività che i committenti realizzavano in proprio. Come effetto dell'introduzione di innovazioni tecnologiche emergono, quindi, anche spostamenti rilevanti nelle relazioni che si sviluppano, a monte e a valle, all'interno delle filiere industriali.

Un ulteriore aspetto da evidenziare è quello del ritorno economico dell'investimento sostenuto.

I giudizi espressi in proposito sono variegati e vanno messi in relazione con il fatto che fanno riferimento ad esperienze recenti.

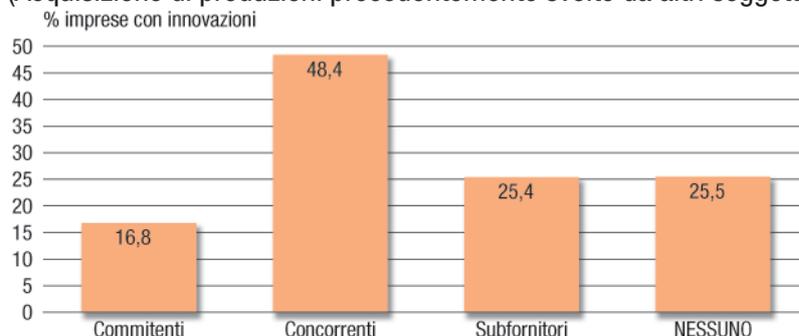
Un quarto delle imprese ritiene i risultati non ancora valutabili; tra le rimanenti prevalgono le indicazioni in senso positivo: a fronte di un 5,6% che giudica l'investimento sostenuto non ripagato, vi è un 22,2% che appare ampiamente soddisfatto.

CONSEGUENZE DELLE INNOVAZIONI



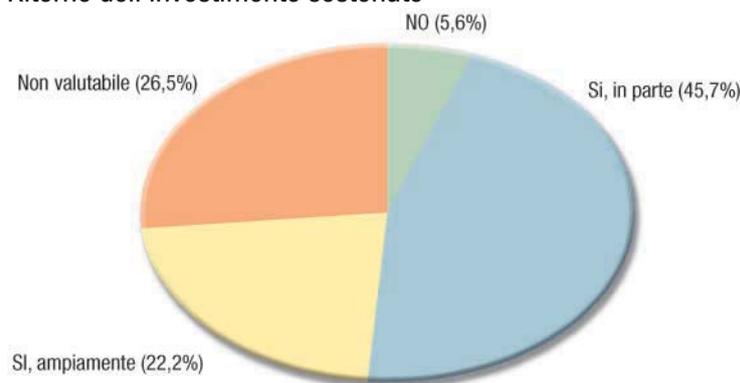
IMPATTO DELLE INNOVAZIONI SUL MERCATO

(Acquisizione di produzioni precedentemente svolte da altri soggetti)



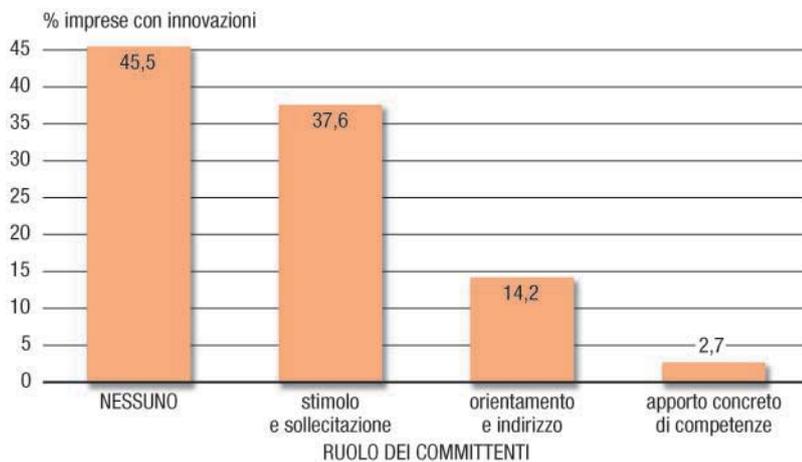
RISCONTRO ECONOMICO

Ritorno dell'investimento sostenuto

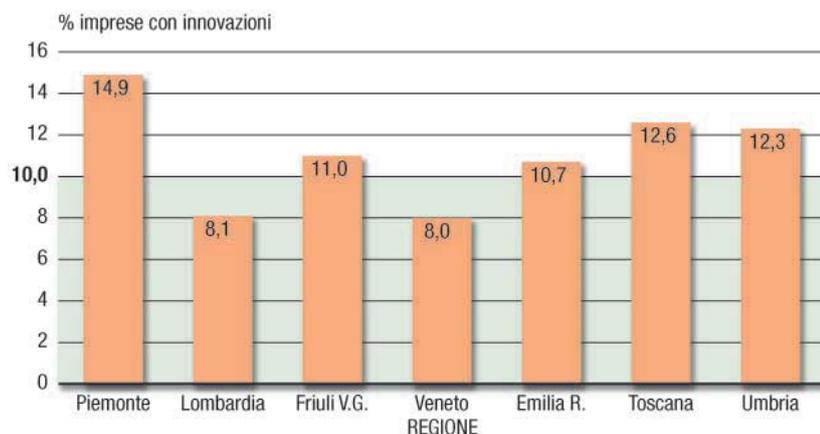
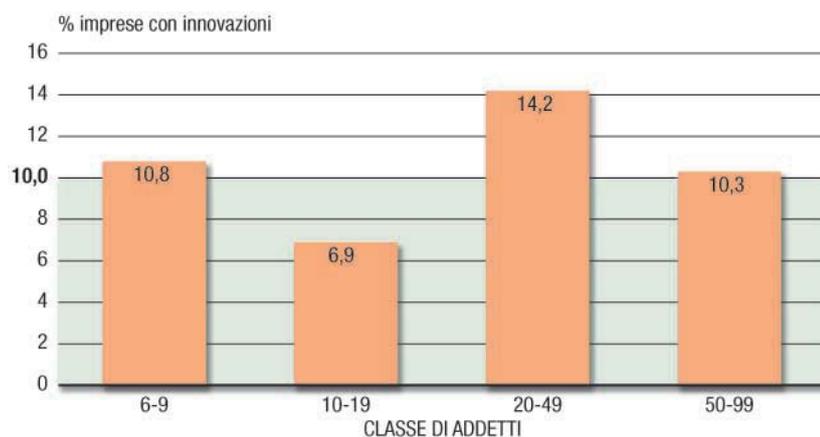


I partner dell'innovazione

RUOLO DEI COMMITTENTI NELL'INTRODUZIONE DELLE INNOVAZIONI



INNOVAZIONI REALIZZATE IN COLLABORAZIONE CON ALTRE AZIENDE



L'introduzione di innovazioni tecnologiche si alimenta attraverso il concorso di una pluralità di soggetti diversi, interni ed esterni all'azienda.

Tra le aziende di subfornitura nella maggioranza dei casi (54,5%) gioca un ruolo diretto la committenza, anche se il contributo fornito si esaurisce spesso in un semplice ruolo di stimolo e sollecitazione (37,8%) o, talora, di orientamento nella scelta delle soluzioni (14,2%). Marginali appaiono, invece, i casi di imprese che hanno potuto beneficiare nei loro processi innovativi di apporti di competenze da parte di committenti.

Solo una impresa su dieci ha inoltre introdotto innovazioni nell'ambito di programmi e di iniziative portate avanti con altre imprese.

Nell'ambito dell'innovazione tecnologica l'interazione forte con altri soggetti della filiera appare in definitiva circoscritto ad una minoranza di aziende.



Le risorse **utilizzate**

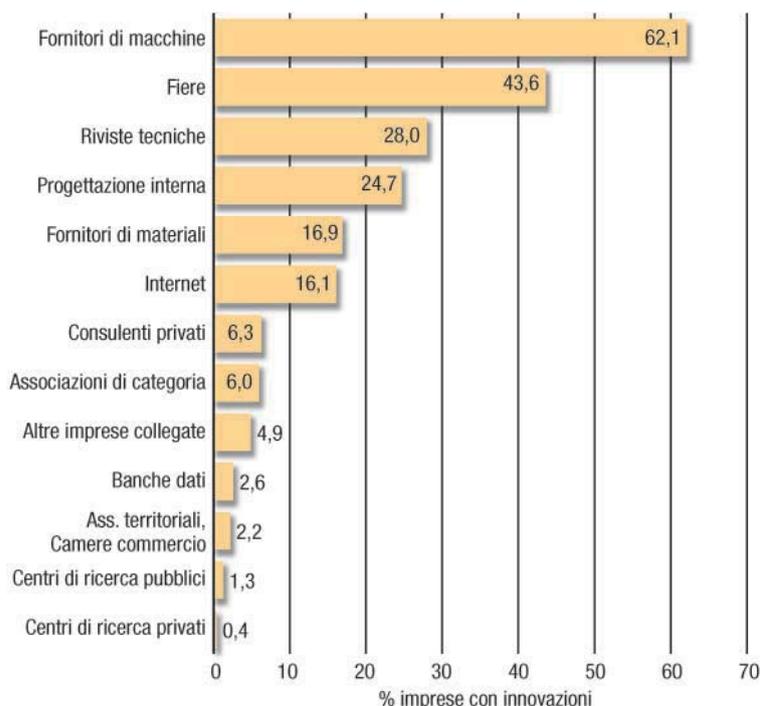
Molteplici e differenziate sono le fonti e i canali di informazione utilizzati per orientare le scelte innovative in campo tecnologico.

Nella graduatoria delle segnalazioni emergono, per frequenza di utilizzo, le tradizionali fonti di informazione del settore: fornitori di macchine, fiere, riviste tecniche e, in molti casi, ovviamente, anche le fonti interne. Appare tuttavia rilevante segnalare che tra gli strumenti informativi utilizzati emerge ormai con una certa frequenza anche Internet, mentre appaiono marginali i casi di aziende che indicano in proposito i centri di ricerca, pubblici o privati.

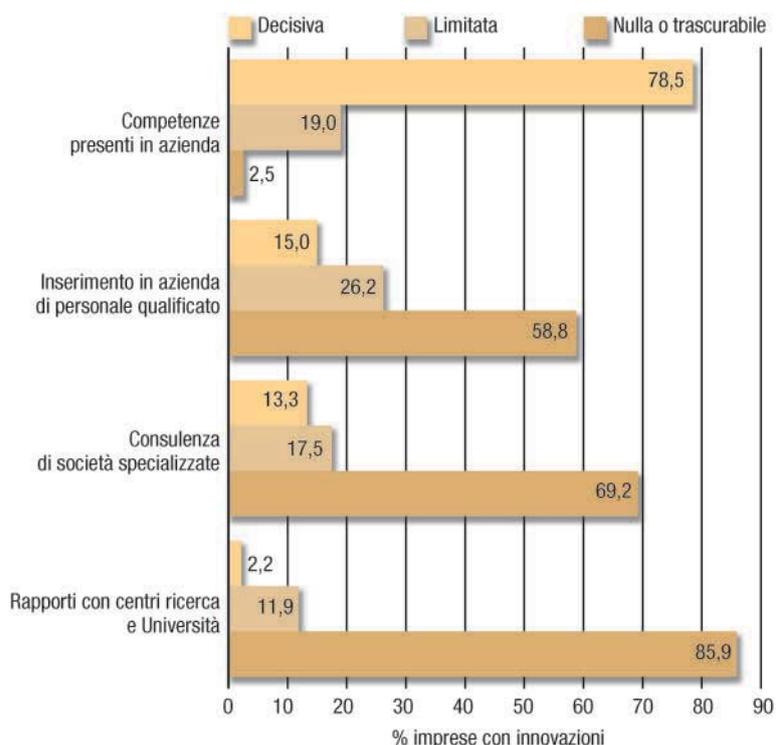
Nell'introduzione delle innovazioni tecnologiche ha giocato un ruolo rilevante l'apporto dato da competenze disponibili internamente e, in un numero più limitato di casi e con minore incisività, l'inserimento ex novo in azienda di personale qualificato.

Solo una parte (30,8%) delle imprese che hanno introdotto innovazioni ha fatto ricorso a consulenze di società specializzate, in più di metà dei casi con apporti di portata limitata; ancora di meno (14,1%) sono quelle che si sono rivolte per la stessa ragione a centri di ricerca e università, ricevendo peraltro apporti quasi mai decisivi.

FONTI E CANALI DI INFORMAZIONE UTILIZZATI

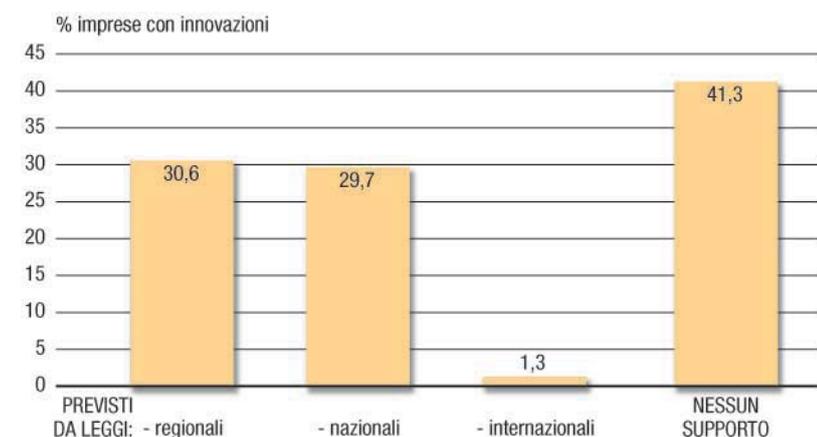


RISORSE E APPORTI UTILIZZATI - Rilevanza

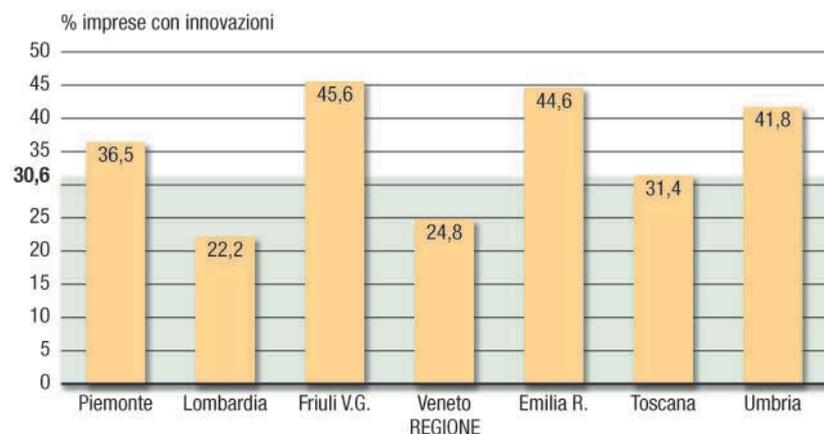


I supporti finanziari

SUPPORTI E AGEVOLAZIONI FINANZIARIE UTILIZZATE PER INNOVARE



UTILIZZO DI SUPPORTI E AGEVOLAZIONI IN BASE A LEGGI REGIONALI



L'introduzione di innovazione tecnologica comporta investimenti e, quindi, richiede necessariamente l'impiego di risorse finanziarie adeguate.

Soprattutto in una realtà di piccole dimensioni, come il sistema di subfornitura, un ruolo importante in questo ambito viene pertanto assunto dalla possibilità offerta alle imprese di contare su supporti e agevolazioni finanziarie. Ai fini dell'analisi proposta dall'Osservatorio si è chiesto alle imprese di indicare l'eventuale utilizzo di tali supporti e agevolazioni specificando il livello amministrativo dei provvedimenti a cui hanno fatto riferimento.

In complesso le imprese che hanno introdotto innovazioni tecnologiche nel corso degli ultimi tre anni hanno, in tre casi su cinque, potuto beneficiare in misura apprezzabile su supporti e agevolazioni finanziarie.

Sono stati supporti e agevolazioni, ottenuti in proporzione quasi identica, da imprese che hanno fatto ricorso a provvedimenti previsti da leggi nazionali e da leggi regionali.

L'accesso a finanziamenti internazionali è stato invece del tutto marginale. La possibilità di accedere a supporti e agevolazioni finanziarie non appare particolarmente legata alle dimensioni d'impresa, salvo il fatto che nelle aziende con oltre 50 addetti sono significativi i casi in cui l'impresa ha potuto ricorrere contemporaneamente a provvedimenti previsti sia a livello nazionale, sia a livello regionale.

Per quanto riguarda il ricorso a supporti e agevolazioni riferiti a leggi e disposizioni delle amministrazioni regionali, la situazione si differenzia notevolmente in relazione al territorio di appartenenza delle imprese: più frequente, nel caso di Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Toscana (oltre il 40% delle imprese), meno frequente (al di sotto del 25% delle imprese), in Veneto e Lombardia.

Gli orientamenti futuri

Accanto all'esame delle esperienze passate si è ritenuto opportuno raccogliere, sia pure in forma sintetica, indicazioni sugli orientamenti futuri, facendo anche in questo caso riferimento ad un orizzonte temporale di tre anni.

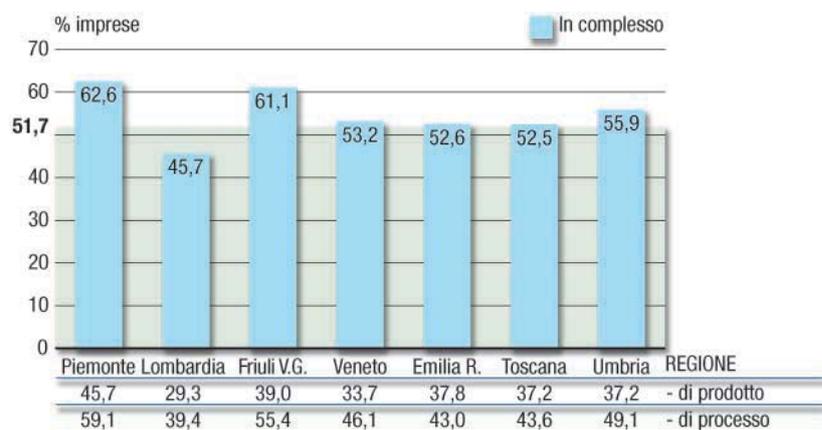
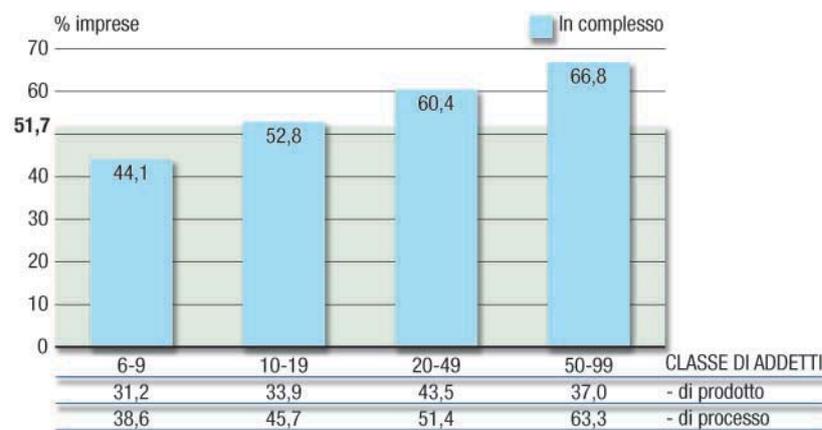
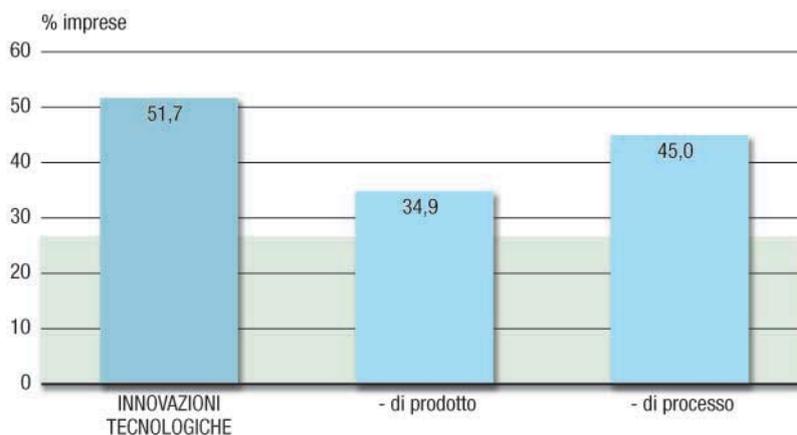
L'orientamento a introdurre innovazioni tecnologiche in tale arco di tempo risulta presente in una azienda su due. Le imprese che prevedono di introdurre innovazioni nel prossimo futuro sono meno di quelle che si sono mosse in questa direzione nel recente passato.

Anche per il futuro l'indicazione che emerge pone in primo piano l'esigenza di innovare i processi (45% delle aziende), più ancora che i prodotti (34,9%).



Nei prossimi anni continuano ad essere le imprese di maggiore dimensione a dimostrare la più elevata propensione all'innovazione, ma va osservato che il differenziale a loro vantaggio riguarda essenzialmente l'introduzione di nuove tecnologie di processo. Per questo aspetto, infatti, la cifra rilevata sale progressivamente dal minimo del 36,8% nelle aziende che operano con meno di 9 addetti fino a toccare il massimo (63,3%) in quelle che ne occupano 50 o più. Non troppo dissimili sono, invece, gli orientamenti che si riscontrano analizzando i dati nei diversi contesti territoriali: Veneto, Emilia Romagna e Toscana sono in linea con la media. Dal

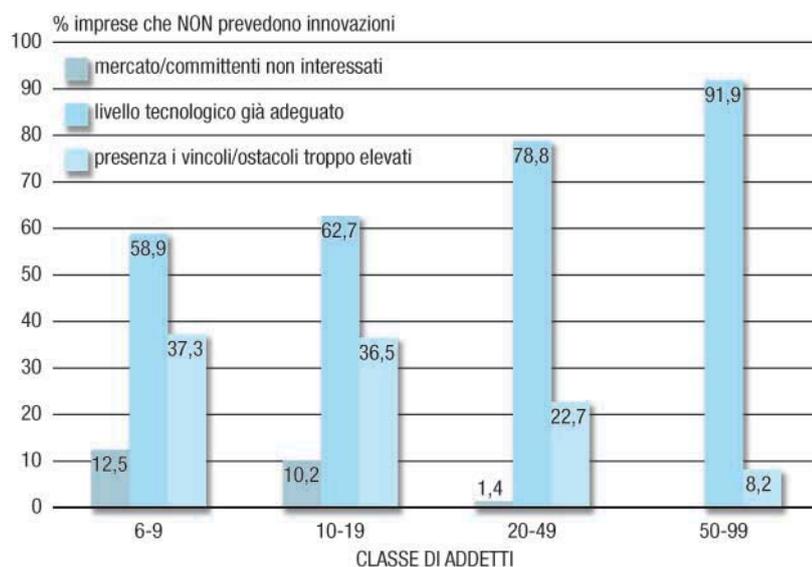
IMPRESE CON INNOVAZIONI TECNOLOGICHE PREVISTE PER IL PROSSIMO TRIENNIO



INNOVAZIONE TECNOLOGICA: PASSATO E FUTURO

PASSATO	FUTURO		
	SI	NO	Totale
SI	37,7	23,8	61,5
NO	14,0	24,5	38,5
Totale	51,7	48,3	100,0

MOTIVI PER I QUALI NON SI PREVEDONO INNOVAZIONI NEL PROSSIMO TRIENNIO



resto delle regioni si discosta tuttavia in misura significativa la Lombardia, dove la quota di aziende che intendono introdurre innovazioni scende al 45,7%.

Piemonte (62,6%) e Friuli Venezia Giulia (61,1%) sono invece i contesti in cui le imprese mostrano in prospettiva un più diffuso orientamento verso l'innovazione.

Se si analizzano congiuntamente le indicazioni rilevate per il passato e per il futuro si ottiene un quadro di sintesi dal quale emerge in particolare che ben oltre un terzo delle aziende di subfornitura ha intrapreso negli ultimi anni un percorso di innovazione destinato a proseguire nel tempo, mentre si riscontra che una azienda su quattro appare destinata a confermare estranea a politiche di innovazione tecnologica.

L'indebolimento della propensione a innovare che traspare dalla lettura dei dati rende comunque rilevante esplorare più in dettaglio i motivi per i quali molte aziende non prevedono innovazioni nel prossimo futuro.

La ragione principale indicata (64,4% delle risposte) è data dal fatto che il livello tecnologico attuale è giudicato già adeguato.

La presenza di una situazione di questo tipo è soprattutto evidente tra le imprese di maggiore dimensione.

Vi sono tuttavia motivazioni di natura diversa che condizionano le intenzioni delle imprese. Quasi una impresa su dieci evidenzia una situazione di scarsa propensione dei committenti e, più in generale dei mercati di riferimento, ad accettare innovazioni. Ma ancora più numerose (una su tre) sono le aziende che sottolineano la presenza di ostacoli e vincoli di varia natura giudicati troppo elevati e tali da impedire all'azienda di innovare.

Questi ultimi aspetti sono tanto più accentuati quanto più ridotta è la dimensione d'impresa.

I vincoli all'innovazione

Sia le imprese che hanno in programma l'introduzione di innovazioni tecnologiche, sia quelle che a tali programmi sembrano intenzionate a rinunciare, si trovano spesso di fronte a diversi fattori che agiscono, in qualche caso, da freno, e, in qualche altro caso, da vere e proprie barriere insormontabili.

Per evidenziare la situazione in cui si stanno muovendo le imprese è stato a loro richiesto di indicare, in ordine di importanza, i tre fattori più rilevanti, selezionandoli da una lista predefinita.

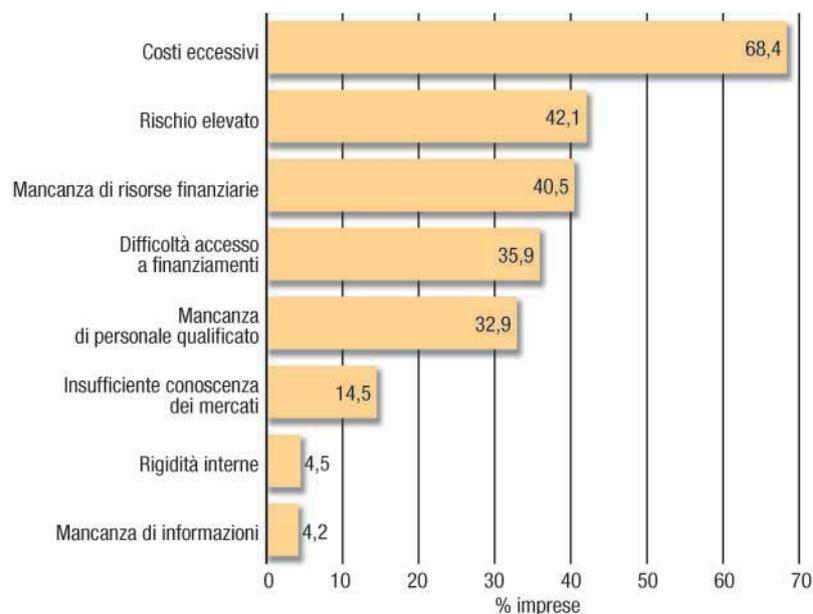
Le risposte complessivamente ottenute mettono in evidenza che i freni e le barriere più frequentemente percepite come rilevanti sono i costi molto elevati da sostenere, il rischio giudicato troppo elevato, la mancanza di risorse finanziarie adeguate e, connesso con questo aspetto, l'assenza di supporti e agevolazioni finanziarie o la difficoltà di accedervi.

Va comunque sottolineato che un terzo delle imprese pone in evidenza tra i fattori frenanti anche la mancanza di personale qualificato.

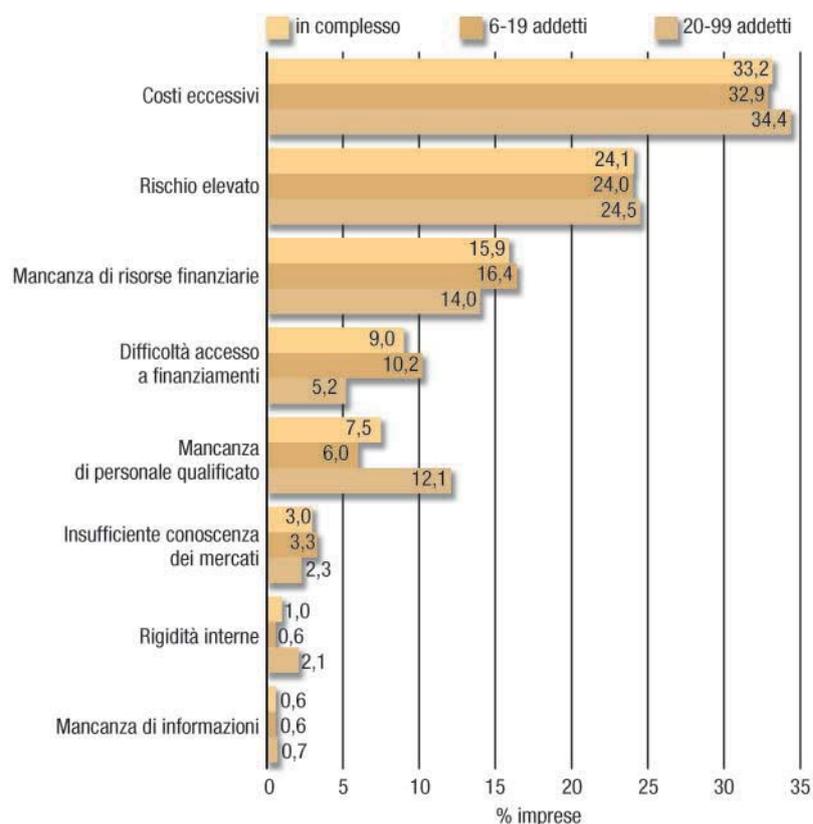
Oneri e impegni rilevanti a fronte di risorse umane e finanziarie spesso insufficienti sono gli elementi che - in un quadro di mercato dalle prospettive incerte e che, pertanto, amplifica i rischi - spiegano la rinuncia o la cautela con la quale le imprese di subfornitura si trovano ad affrontare il percorso dell'innovazione tecnologica.

Questi elementi appaiono ancora più evidenti se si concentra l'attenzione solo sull'aspetto che ciascuna azienda ha indicato come principale freno all'innovazione e che quindi assume il rilievo massimo in termini di criticità. A questo proposito va segnalato che le indicazioni non si modificano in misura sostanziale in funzione delle dimensioni d'impresa, se non per aspetti legati a disponibilità e possibilità di accedere a supporti ed agevolazione di tipo finanziario.

FRENI ALL'INNOVAZIONE

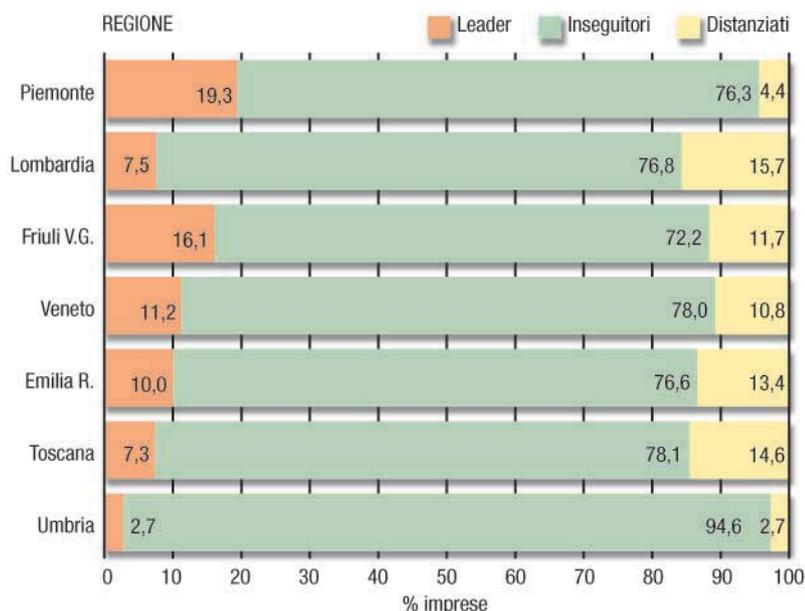
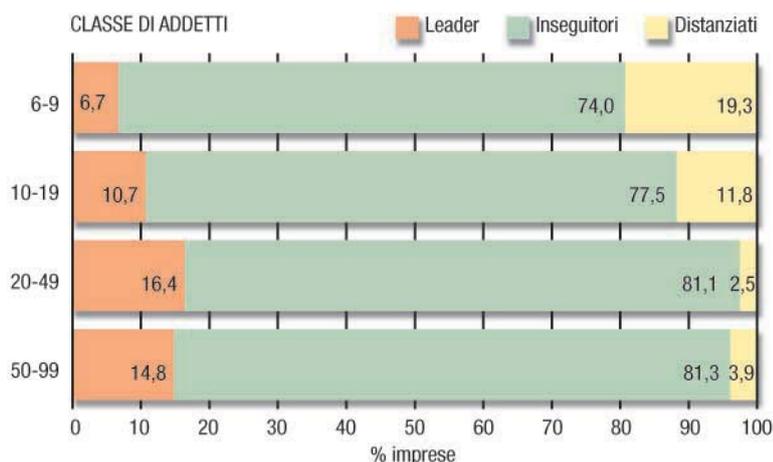
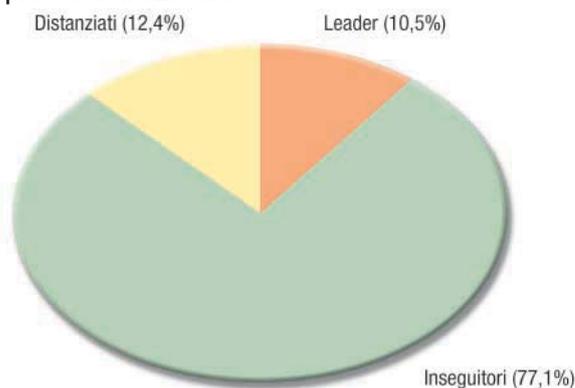


PRINCIPALE FRENO ALL'INNOVAZIONE



Il posizionamento tecnologico

LA CORSA TECNOLOGICA Giudizio espresso dall'azienda



Per concludere il tema che costituisce il focus dell'edizione 2004, l'Osservatorio ha proposto alle imprese di riepilogare il loro posizionamento tecnologico.

Alle aziende sono stati proposti tre possibili profili, descritti sinteticamente, ed è stato domandato ad ognuna di scegliere quello ritenuto meglio rispondente alla propria realtà:

A - azienda fortemente innovativa, che tende ad anticipare la concorrenza e ad essere leader nell'introduzione delle soluzioni tecnologiche più avanzate;

B - azienda con buona propensione all'innovazione e che tende a mantenere il proprio livello tecnologico allineato a quello della maggior parte dei concorrenti;

C - azienda con limitate propensioni a innovare e che incontra alcune difficoltà a mantenere il proprio livello tecnologico allineato a quello dei concorrenti.

Ai fini dell'esposizione i tre profili sono stati convenzionalmente etichettati nell'ordine come "leader", "inseguitori", "distanziati".

Com'era prevedibile, la maggior parte delle aziende si è identificata nel secondo profilo. Soltanto una azienda su dieci si autocolloca tra le aziende che tendono ad assumere la veste di leader in campo tecnologico e a mostrare una elevata propensione ad innovare. Poco più numerose (12,4%) sono, all'opposto, quelle che si riconoscono nel terzo profilo.

Al crescere delle dimensioni aziendali vi è una tendenza a spostarsi dai profili più deboli a quelli più forti. In particolare, al di sotto dei 10 addetti il profilo delle aziende "leader" trova rispondenza solo nel 6,7% dei casi e appare elevata la presenza di imprese che stentano a stare al passo con la concorrenza.

L'indagine 2004 è realizzata su un campione stratificato di 635 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, comporterebbe talune distorsioni.

Per questo motivo, come nella precedenti edizioni, 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

COMPOSIZIONE STIMATA DELLA POPOLAZIONE OGGETTO DELLA RILEVAZIONE (% imprese)

	6-9 addetti	10-19 addetti	20- 49 addetti	50-99 addetti	TOTALE
Piemonte	5,4	6,2	2,9	0,9	15,4
Lombardia	15,4	16,0	7,2	2,0	40,6
Friuli-V.G.	0,9	1,2	0,6	0,2	2,9
Veneto	5,4	6,5	3,3	0,8	16,0
Emilia-R.	6,3	7,1	3,4	0,7	17,4
Toscana	2,4	2,5	1,0	0,2	6,1
Umbria	0,5	0,7	0,3	0,1	1,6
TOTALE	36,3	40,1	18,8	4,8	100,0

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 2001. A tal fine si sono selezionate 33 voci (codici a 4 cifre della classificazione ATECO) 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. Rispetto alle passate edizioni, oltre al riferimento a dati censuari più aggiornati, la struttura della base di rilevazione si modifica altresì per l'esclusione dai conteggi della Liguria.



Supplemento al n. 8 - novembre/dicembre 2004

Direttore Editoriale: Ezio Zibetti (ezio.zibetti@reedbusiness.it)

Redazione: Angelo Grassi (angelo.grassi@reedbusiness.it)

Segretaria di redazione: Maddalena Bordin (maddalena.bordin@reedbusiness.it)



Amministratore Delegato: Alessandro Cederle
Direttore Circulation, Produzione e Affari Generali:
Cesare Rotondo
Publisher: Alberto Banal
Direttore Finanziario: Giuseppe Mauri

REED BUSINESS INFORMATION S.p.A.
Viale G. Richard, 1/a - 20143 Milano
Tel. +39/02/81830.1(r.a.) - www.reedbusiness.it

DIVISIONE MECCANICA

Direttore Editoriale: Ezio Zibetti (ezio.zibetti@reedbusiness.it)

Segreteria: Maddalena Bordin (maddalena.bordin@reedbusiness.it) - Raffaella Gherardi (raffaella.gherardi@reedbusiness.it)

Direttore Vendite: Sergio Cirimbelli (sergio.cirimbelli@reedbusiness.it)

Servizio Traffico: Antonella Rega (antonella.rega@reedbusiness.it)

Servizi Vendite: Agostina Assandri (agostina.assandri@reedbusiness.it)

Foreign Sales Advertising Manager: Silvia Lusetti (silvia.lusetti@reedbusiness.it)

**Per la pubblicità sulle riviste
di Reed Business Information contattare:
Tel. +39/02/81830.683 - Fax. +39/02/81830.405**

Pubblicità a norma dell'articolo 2 comma 20/b legge 662/96.
Registrazione del Tribunale di Milano n° 433 del 29/11/1980.
Direttore Responsabile: Cesare Rotondo
Realizzazione Grafica: Typing - Milano
Printed by: SATE - Via Praga, 1 - Zingonia Verdellino (BG)

Una copia € 6,00. I numeri arretrati il doppio. Costo di un abbonamento annuo € 48,00, abbonamento biennale € 84,00. Estero annuo 73,00 dollari/73,00 €; abbonamento biennale estero € 128,00. Gli abbonamenti si ricevono a mezzo vaglia, assegno non trasferibile, conto corrente postale n° 33668666 intestato a Reed Business Information Spa o compilando e spedendo i coupon di abbonamento inseriti nel periodico. Ancora via e-mail (abbonamenti@reedbusiness.it) telefono (02/81830.616) o fax (02/81830404). L'IVA degli abbonamenti, nonché sulla vendita dei fascicoli separati, è assolta dall'Editore ai sensi dell'art. 74 primo comma lettera C del DPR 26/10/72 n. 633 e successive modificazioni ed integrazioni. Pertanto non può essere rilasciata fattura.

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o delle foto sono riservati. Manoscritti, testi, foto, disegni, quando non esplicitamente richiesti, non vengono restituiti.

© Copyright Reed Business Information - Milano - Italia
Reed Business Information è associato a:

A.N.E.S.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA



CONFINDUSTRIA

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento C.S.S.T. - Certificazione Stampa Specializzata Tecnica



Per il periodo 1/1/2003-31/12/2003
Tiratura media: 8.400
Diffusione media: 7.908

Certificato CSST n. 2003-797 del: 25/2/2004



Società di Revisione: Italaudit SpA
Tiratura del presente numero: 8.000
Unione Stampa Periodica Italiana

Informativa ai sensi dell'art. 13, d. lgs 196/2003. I dati sono trattati, con modalità anche informatiche, per l'invio della rivista e per svolgere le attività a ciò connesse. Titolare del trattamento è: Reed Business Information S.p.A. - Viale Giulio Richard, 1/A - 20143 Milano (MI). Le categorie di soggetti incaricati del trattamento dei dati per le finalità suddette sono gli addetti alla registrazione, modifica, elaborazione dati e loro stampa, al confezionamento e spedizione delle riviste, ai call center, alla gestione amministrativa e contabile. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs 196/2003 è possibile esercitare i relativi diritti fra cui consultare, modificare, aggiornare o cancellare i dati, nonché richiedere elenco completo ed aggiornato dei responsabili, rivolgendosi al titolare al succitato indirizzo.

Informativa dell'editore al pubblico ai sensi dell'art. 13, d. lgs 196/2003. Ai sensi del decreto legislativo 30 giugno 2003, n° 196 e dell'art. 2, comma 2 del Codice deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, Reed Business Information S.p.A., titolare del trattamento - rende noto che presso i propri locali siti in Milano (MI), Via Giulio Richard 1/A, vengono conservati gli archivi di dati personali e di immagini fotografiche cui i giornalisti, praticanti, pubblicisti e altri soggetti (che occasionalmente redigono articoli o saggi) che collaborano con il predetto titolare attingono nello svolgimento della propria attività giornalistica per le finalità di informazione connesse allo svolgimento della stessa. I soggetti che possono conoscere i predetti dati sono esclusivamente i predetti professionisti, nonché gli addetti preposti alla stampa ed alla realizzazione editoriale della testata. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs 196/2003 si possono esercitare i relativi diritti, fra cui consultare, modificare, cancellare i dati ed opporsi al loro utilizzo, rivolgendosi al predetto titolare. Si ricorda che, ai sensi dell'art. 138, d. lgs 196/2003, non è esercitabile il diritto di conoscere l'origine dei dati personali ai sensi dell'art. 7, comma 2, lettera a), d. lgs 196/2003, in virtù delle norme sul segreto professionale, limitatamente alla fonte della notizia.

Comitato Network Subfornitura

Comitato Network Subfornitura
via E. Oldofredi, 23 - 20124 Milano
Tel. ++39 02 66809890 - Fax ++39 02 68967890
Web site: www.subfor.net - www.subfor.camcom.it
E-mail: comitato@subfor.camcom.it

Unione Italiana delle Camere di Commercio

p.zza Sallustio, 21 - 00187 Roma
Tel. ++39 06 470411 - Fax ++39 06 4704348
Web site: www.unioncamere.it - E-mail: politiche.settore@unioncamere.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio della Toscana

Via della Scala, 85 - 50123 Firenze
Tel. ++39 055 27721 - Fax ++39 055 280876
Web site: www.tos.camcom.it - E-mail: studi@tos.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio dell'Umbria

Largo Don Minzoni, 6 - 05100 Terni
Tel. ++39 0744 489224-489225 - Fax ++39 0744 431100
Web site: www.umbria.camcom.it - E-mail: staff@umbria.camcom.it

Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia

C.so Vittorio Emanuele, 56 - P.O. Box 489 - 33170 Pordenone
Tel. ++39 0434 524224 - Fax ++39 0434 27580
Web site: www.subcontract.fvg.it - E-mail: db_info@subcontract.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio del Piemonte

Via Cavour 17 - 10123 Torino
tel. ++39 011 5669230
fax ++39 011 5119144
Web site: www.pie.camcom.it - e-mail: euroservizi@pie.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio del Veneto

Parco Scientifico Tecnologico - Ingresso VEGA 1
Edificio Lybra - Via delle Industrie, 19/d - 30175 Venezia Marghera
Tel. ++39 041 0999311 - Fax ++39 041 0999303
Web site: www.ven.camcom.it - E-mail: uvcamcom@ven.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio della Lombardia

via E.Oldofredi, 23 - 20124 Milano
Tel. ++39 02 6079601 Fax ++39 02 607960235
Web site: www.lom.camcom.it - E-mail: board@lom.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio dell'Emilia Romagna

viale Aldo Moro, 62 - 40127 Bologna
Tel. ++39 051 6377011 - Fax ++39 051 6377050
Web site: www.rer.camcom.it - E-mail: staff@rer.camcom.it

www.subfor.net
**Il sito
della Subfornitura Italiana**